

**PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT PEDESAAN
DAN PERKOTAAN TENTANG PERBANKAN SYARIAH
TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH
DI KABUPATEN PATI**
(Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Gabus dan Kecamatan Pati)



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
Disusun oleh :**

Choirun Nada Firdausy (1505036034)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2019

HENY YUNINGRUM, SE., M.Si

Alamat : Tanjung Sari RT 07 RW 05 Tambak Aji, Ngaliyan, Semarang

NURUDIN, SE., MM

Alamat: Sukdono RT 01 RW 04 Kecamatan Bonang, Kabupaten Demak

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 eksemplar

Hal : NASKAH SKRIPSI

A.n. Sdri. CHOIRUN NADA FIRDAUSY

Kepada Yth
Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum wr. wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : CHOIRUN NADA FIRDAUSY

Nomor Induk : 1505036034

Judul : Pengaruh Persepsi Masyarakat Pedesaan dan Perkotaan
Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi
Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Pati (Studi Kasus
Masyarakat Kecamatan Gabus dan Kecamatan Pati)

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut untuk segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pembimbing I

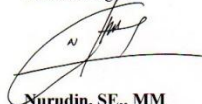


Heny Yuningrum, SE., M.Si

NIP. 19810609 200710 2 005

Semarang, 26 Juni 2019

Pembimbing II



Nurudin, SE., MM

NIP. 19900523 201503 1 004

KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
WALISONGO FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Hamka Km.02 Semarang Telp/Fax.
(024)7601291

PENGESAHAN

Skripsi Saudara: Choirun Nada Firdausy

NIM : 1505036034

Judul : Pengaruh Persepsi Masyarakat Pedesaan Dan Perkotaan

Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi
Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Pati (Studi Kasus
Kecamatan Gabus dan Kecamatan Pati)

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan
dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada
tanggal :

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Strata 1 tahun akademik 2019/2020

Semarang, 5 September 2019

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

A. L. RMUDI, S.H., M.Ag
NIP. 19698301994032003

HENY YUNINGRUM, S.E., M.Si
NIP. 19810609 200710 2 005

Penguji I

Penguji II

CHOIRUL HUDA, M.Ag
NIP. 197601092005011002

Prof. Dr. H. MUJIYONO, M.A.
NIP. 195902151985031005

Pembimbing I

Pembimbing II

HENY YUNINGRUM, S.E., M.Si
NIP. 19810609 200710 2 005

NURUDIN, S.E., M.M.
NIP. 199005232015031004

MOTTO

Bank syariah atau bank konvensional adalah sebuah pilihan

(Prof. Dr. H. Mujiyono, M.A)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan luar biasa kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada ibunda tercinta Li Ullinnuha dan ayahanda tersayang Muslikan yang senantiasa menyayangiku, selalu mendo'akan disetiap langkahku dan tidak pernah lelah untuk memberikan dukungan baik moril maupun materiil sejak saya lahir sampai detik ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

Terimakasih untuk semua do'a dan pengorbanan kalian, semoga Allah SWT senantiasa melindungi kami semua di dunia dan akhirat,

Aamiin...

DEKLARASI

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Choirun Nada Firdausy

NIM : 1505036034

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Pengaruh Persepsi Masyarakat Pedesaan dan Perkotaan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Pati (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Gabus dan Kecamatan Pati)"** adalah benar-benar merupakan hasil penelitian penulis sendiri, bukan duplikasi karya orang lain dan tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Demikian deklarasi ini saya buat agar dapat dimaklumi, dan digunakan sebagaimana perlunya.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Semarang, 25 Juli 2019



Deklarator,

Choirun Nada Firdausy

NIM. 1505036034

ABSTRAK

Bank syariah adalah sebuah lembaga keuangan yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Sebagai pendatang baru, konsep bank syariah mengalami situasi yang sulit karena masyarakat lebih dulu mengenal bank konvensional sehingga tidak banyak masyarakat yang paham tentang bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat pedesaan dan perkotaan. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Gabus sebanyak 100 responden dan Kecamatan Pati sebanyak 100 responden.

Adapun penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan penentuan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Sedangkan data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel independen yang meliputi pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah, serta variabel dependen tentang minat menjadi nasabah bank syariah.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan pada masyarakat pedesaan dan perkotaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan nilai signifikansi keduanya sebesar 0,000. Variabel sosialisasi pada masyarakat pedesaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan nilai signifikansi 0,519 sedangkan pada masyarakat perkotaan sosialisasi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan nilai signifikansi 0,040. Variabel letak bank syariah pada masyarakat pedesaan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dengan nilai signifikansi 0,000 sedangkan pada masyarakat perkotaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi bank syariah dengan nilai signifikansi 0,969. Pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah pada masyarakat pedesaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan

signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah nilai signifikansi 0,000. Dan Pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah pada masyarakat perkotaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah nilai signifikansi 0,000.

Kata Kunci: Pengetahuan, Sosialisasi, Letak Bank Syariah, dan Minat

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan rahmat, nikmat, hidayahNya kepada kita semua sehingga sampai detik ini kita masih diberi kesempatan untuk menikmati segala anugerahNya. Semoga kita semua senantiasa diberikan umur panjang, dan kesehatan sehingga kita dapat meningkatkan ibadah kita kepada Allah SWT. Shalawat serta salam tidak lupa kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di yaumul qiyamah nanti. Segenap rasa syukur penulis ucapkan karena telah selesainya skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT PEDESAAN DAN PERKOTAAN TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI KABUPATEN PATI (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Gabus dan Kecamatan Pati)”. Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar strata 1 (S1) jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan bantuan dalam bentuk apapun. Ucapan terimakasih ini terutama penulis sampaikan kepada :

1. Prof. Dr. K.H Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H.Muhammad Saifullah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Heny Yuningrum, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah dan pembimbing I, serta Nurudin, SE., MM selaku pembimbing II atas arahan, bimbingan, saran dan kesediaan waktu yang diberikan dari awal hingga akhir.
4. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Orang tua penulis yang tidak pernah lelah memberikan semangat dan doa kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi.
6. Segenap masyarakat Kecamatan Gabus dan Kecamatan Pati atas kesediaan waktu yang diberikan untuk pengisian kuesioner sehingga penelitian ini dapat berjalan lancar.

Penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kekurangan tersebut. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Aamiin.

Semarang, 26 Juli 2019

Choirun Nada Firdausy

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	Error!
Bookmark not defined.i	
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ixx
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Perbankan Syariah.....	9
2.1.1 Pengertian Bank Syariah	9
2.1.2 Fungsi Bank Syariah	10

2.1.3	Peran Bank Syariah	11
2.1.4	Tujuan Bank Syariah	12
2.1.5	Prinsip Bank Syariah	13
2.1.6	Sumber Dana Bank Syariah.....	16
2.1.7	Kegiatan Usaha Bank Syariah	17
2.1.8	Akad-Akad Bank Syariah.....	18
2.1.9	Produk-produk bank syariah.....	24
2.2	Persepsi.....	26
2.2.1	Pengertian persepsi.....	26
2.2.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi	28
2.2.3	Proses Persepsi	31
2.3	Konsumen.....	32
2.3.1	Perilaku konsumen	32
2.3.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen.....	33
2.4	Pengertian masyarakat.....	35
2.4.1	Arti masyarakat pedesaan.....	35
2.4.2	Karakteristik masyarakat pedesaan	36
2.4.3	Arti masyarakat perkotaan.....	37
2.4.4	Karakteristik masyarakat perkotaan	38
2.5	Minat Menjadi Nasabah	39
2.5.1	Pengertian Minat	39
2.5.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat	40
2.6	Penelitian terdahulu	42

2.7	Kerangka Penelitian	46
2.8	Hipotesis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....		50
3.1	Tempat dan waktu penelitian	50
3.2	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	50
3.3	Populasi dan sampel	51
3.4	Teknik Pengumpulan Data	54
3.4.1	Pengertian Data	54
3.4.2	Sumber dan Jenis Data	55
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data	55
3.4.4	Skala Instrumen	56
3.5	Definisi Konsep dan Operasional.....	60
3.6	Instrumen Penelitian.....	64
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	64
3.7.1	Uji validitas	64
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	66
3.8	Uji Asumsi Klasik	68
3.8.1	Uji Normalitas	68
3.8.2	Uji Multikolinearitas	69
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas	70
3.9	Hasil Pengujian Hipotesis	71
3.9.1	Uji t_{test} (Uji Parsial).....	71
3.9.2	Uji F_{test} (Uji Pengaruh Simultan)	72

3.9.3	Uji R^2 (Koefisien Determinasi).....	73
3.10	Interpretasi Persamaan Penelitian.....	74
3.11	Alat Analisis	75
BAB IV PEMBAHASAN		77
4.1	Deskripsi Data	77
4.2	Deskripsi Responden	77
4.3	Gambaran Umum Tentang Kecamatan Gabus dan Kecamatan Pati	85
4.3.1	Gambaran Umum Kecamatan Gabus	85
4.3.2	Gambaran Umum Kecamatan Pati	86
4.4	Statistik Deskriptif.....	86
4.4.1	Variabel Pengetahuan.....	87
4.4.2	Variabel Sosialisasi	92
4.4.3	Variabel Letak Bank Syariah.....	98
4.4.4	Variabel Minat.....	104
4.5	Pengujian Kualitas Data	111
4.5.1	Uji Validitas Data	111
4.5.2	Uji Reliabilitas.....	114
4.6	Uji Asumsi Klasik	117
4.6.1	Uji Normalitas	117
4.6.2	Uji Multikolinearitas	119
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas	122
4.7	Interpretasi Persamaan Regresi	125

4.8	Hasil Pengujian Hipotesis	129
4.8.1	Uji t_{test} (Uji Parsial)	129
4.8.2	Uji F_{test} (Uji Pengaruh Simultan)	133
4.8.3	Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	135
4.9	Pembahasan	137
BAB V PENUTUP		146
5.1	Kesimpulan	146
5.2	Saran	147
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 1.1</u>	4
<u>Tabel 3.1</u>	60
<u>Tabel 4.1</u>	77
<u>Tabel 4.2</u>	81
<u>Tabel 4.3</u>	87
<u>Tabel 4.4</u>	89
<u>Tabel 4.5</u>	90
<u>Tabel 4.6</u>	92
<u>Tabel 4.7</u>	93
<u>Tabel 4.8</u>	95
<u>Tabel 4.9</u>	96
<u>Tabel 4.10</u>	98
<u>Tabel 4.11</u>	99
<u>Tabel 4.12</u>	101
<u>Tabel 4.13</u>	102
<u>Tabel 4.14</u>	103
<u>Tabel 4.15</u>	104
<u>Tabel 4.16</u>	107
<u>Tabel 4.17</u>	108
<u>Tabel 4.16</u>	110
<u>Tabel 4.17</u>	111

<u>Tabel 4.18</u>	113
<u>Tabel 4.19</u>	115
<u>Tabel 4.20</u>	116
<u>Tabel 4.21</u>	117
<u>Tabel 4.22</u>	118
<u>Tabel 4.23</u>	120
<u>Tabel 4.24</u>	121
<u>Tabel 4.25</u>	122
<u>Tabel 4.26</u>	124
<u>Tabel 4.27</u>	125
<u>Tabel 4.28</u>	127
<u>Tabel 4.29</u>	130
<u>Tabel 4.30</u>	132
<u>Tabel 4.31</u>	134
<u>Tabel 4.32</u>	135
<u>Tabel 4.33</u>	136
<u>Tabel 4.34</u>	137
<u>Tabel 4.35</u>	137

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 2.1</u>	46
<u>Gambar 4.1</u>	88
<u>Gambar 4.2</u>	91
<u>Gambar 4.3</u>	94
<u>Gambar 4.4</u>	97
<u>Gambar 4.5</u>	100
<u>Gambar 4.6</u>	103
<u>Gambar 4.7</u>	106
<u>Gambar 4.8</u>	109

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan Syariah adalah sebuah lembaga keuangan yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada al-Qur'an dan Hadis. Produk dan jasa yang ditawarkan bank syariah tidak boleh bertentangan dengan ajaran al-Qur'an dan Hadis, dalam kegiatan operasional bank syariah tidak menggunakan konsep bunga akan tetapi menggunakan konsep bagi hasil. Peran bank adalah menghimpun dana langsung dari masyarakat yang mempunyai kelebihan dana, dan menyalurkan dana kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan.¹

Menurut Machmud Amir dan Rukmana yang tertuang dalam Skripsi Munawwaroh menjelaskan bahwa keberadaan bank syariah pada awalnya kurang mendapat perhatian yang cukup dari masyarakat. Kurangnya perhatian dari masyarakat ini akibat sosialisasi yang berjalan kurang maksimal. Namun lambat laun, kondisi tersebut mengalami perubahan, di mana bank syariah mulai mendapat perhatian dan kepercayaan dari

¹ Drs. Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenamedia Group, 2011, hlm.25.

pemerintah serta masyarakat setelah terbukti mampu menghadapi krisis ekonomi pada tahun 1997.²

Penerapan konsep perbankan syariah di Indonesia mengundang persepsi yang kurang baik dikalangan masyarakat Islam sendiri. Sebagai pendatang baru, konsep bank syariah menghadapi sebuah situasi yang sulit, dimana masyarakat Islam awam dengan dunia perbankan dan masyarakat yang sejak ratusan abad hidup dalam cengkeraman ekonomi kapitalis. Hingga saat ini perkembangan perbankan syariah masih kurang signifikan dibandingkan dengan perkembangan perbankan konvensional. Hal tersebut ditunjukkan dengan jumlah perbankan syariah yang lebih sedikit dibandingkan dengan perbankan konvensional khususnya di Kabupaten Pati.

Menurut Bapak Muslikan salah satu warga Desa Gabus, Kecamatan Gabus Kabupaten Pati sosialisasi dan pemahaman masyarakat tentang produk dan sistem perbankan syariah di Kabupaten Pati masih sangat terbatas. Hal ini dikarenakan minimnya pemahaman masyarakat tentang prinsip-prinsip sistem ekonomi Islam dalam dunia perbankan. Berdasarkan pemaparan dari pemimpin Divisi Keuangan BNI Syariah Wahyu Avianto pada acara workshop perbankan syariah di Jakarta 16 April 2018 menyatakan bahwa pada tahun 2017 pangsa pasar perbankan

² Munawwaroh, *Persepsi Masyarakat Perkotaan dan Pedesaan Terhadap Perbankan Syariah (Studi di Kabupaten Jepara Provinsi Jawa Tengah)*. 2017.

syariah telah mencapai 5% , hal tersebut masih dinilai kecil namun telah mengalami pertumbuhan yang tinggi. Meskipun mayoritas masyarakat Indonesia memeluk agama Islam, namun produk-produk syariah belum mampu berkembang sebagaimana halnya perbankan konvensional.

Kabupaten Pati pada tahun 2017 memiliki jumlah penduduk yang mencapai 1,246,691 jiwa.³ Mayoritas masyarakat beragama Islam. Kabupaten Pati berdasarkan data dari website resmi data.jatengprov.go.id mempunyai 21 Kecamatan, salah satunya adalah Kecamatan Gabus.⁴ Kecamatan Gabus terletak 10 km kearah Selatan dari Kabupaten Pati. Wilayah Kecamatan Gabus terdiri dari 24 desa dengan mayoritas mata pencaharian penduduk sebagai petani. Pada tahun 2017 jumlah penduduk di Kecamatan Gabus mencapai 52,666 jiwa. Mayoritas penduduk beragama Islam, hal ini dibuktikan dengan jumlah Masjid dan Mushola yang mendominasi dibanding tempat ibadah lain. Sarana ibadah Masjid berjumlah 55, Mushola 230 dan 3 Gereja. Pusat pemerintahan Kecamatan Gabus terletak di Desa Gabus dengan kepadatan penduduk pada tahun 2017 mencapai 6,167 jiwa. Masyarakat Desa Gabus menganut berbagai macam agama.

³ <https://patikab.bps.go.id> diakses pada 25 Desember 2018.

⁴ www.data.jatengprov.go.id diakses pada 20 Desember 2018.

Hal ini dapat dilihat dengan adanya 3 Gereja yang berdiri di Desa Gabus, namun mayoritas masyarakatnya beragama Islam.⁵

Jantung kota Pati terletak di Kecamatan Pati yang terdiri dari 29 desa. Pada tahun 2017 jumlah penduduk Kecamatan Pati mencapai 107,590 jiwa. Mata pencaharian mayoritas penduduk bergerak di sektor jasa. Masyarakat Kecamatan Pati menganut berbagai agama, namun agama Islam dalam hal ini lebih dominan terbukti sebanyak 92.15% penduduk beragama Islam, sedangkan agama lain berada jauh di bawah. Lebih jelasnya perhatikan tabel berikut⁶ :

Tabel 1.1

Jumlah Pemeluk Agama di Kecamatan Pati Tahun 2017

No	Agama	Jumlah	Prosentase
1.	Islam	99,147	92.15%
2.	Katholik	3,938	3.66%
3.	Protestan	3,443	3.20%
4.	Hindu	421	0.39%
5.	Budha	608	0.57%

⁵ Suraji, *Kecamatan Gabus dalam Angka 2018*, BPS Kabupaten Pati, 2018, hlm.67.

⁶ Koordinator Statistik Kecamatan Pati, *Kecamatan Pati dalam Angka 2018*, BPS Kabupaten Pati, 2018.

6.	Lainnya	34	0.03%
7.	Jumlah	107,590	100%

Sumber: patikab.bps.go.id tahun 2017

Struktur dan persepsi masyarakat Kabupaten Pati yang sudah terbangun dan sebagian masyarakatnya yang religius sangat memungkinkan berbagai persepsi masyarakat dalam memilih bank. Berbagai alasan muncul dikalangan masyarakat perkotaan dan pedesaan di Kabupaten Pati dari pengaruh keagamaan karena masyarakat perkotaan cenderung mengenal dan paham tentang perbankan syariah namun dalam hal pengetahuan agama kurang, sedangkan masyarakat pedesaan pengetahuan agamanya lebih kuat tetapi tidak mau beralih ke perbankan syariah.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada masyarakat di Desa Gabus Kabupaten Pati, masyarakat pedesaan yang pada dasarnya mempunyai pengetahuan agama lebih kuat dibanding masyarakat perkotaan tidak mau beralih dari perbankan konvensional ke perbankan syariah karena pengaruh letak perbankan syariah yang hanya terdapat di pusat kota, sedangkan bank konvensional mempunyai jarak yang sangat mudah di jangkau. Alasan lain disebabkan oleh masyarakat yang kurang paham mengenai operasional perbankan syariah. Masyarakat

masih mempunyai anggapan jika perbankan syariah sama halnya dengan perbankan konvensional.

Elemen terpenting dalam dunia perbankan adalah masyarakat. Masyarakat yang akan menjadi nasabah bank syariah dan sekaligus menjadi bahan pertimbangan untuk perkembangan perbankan syariah selanjutnya. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Persepsi Masyarakat Pedesaan dan Perkotaan Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Pati (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Gabus dan Kecamatan Pati)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, permasalahan yang akan diangkat adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan masyarakat pedesaan dan perkotaan tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Pati ?
2. Bagaimana pengaruh sosialisasi terhadap minat masyarakat pedesaan dan perkotaan menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Pati ?
3. Bagaimana pengaruh letak bank syariah terhadap minat masyarakat pedesaan dan perkotaan menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Pati ?

4. Apakah pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat pedesaan menjadi nasabah bank syariah ?
5. Apakah pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah berpengaruh terhadap minat masyarakat perkotaan menjadi nasabah bank syariah ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan masyarakat pedesaan dan perkotaan tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Pati.
2. Untuk mengetahui pengaruh sosialisasi terhadap minat masyarakat pedesaan dan perkotaan menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Pati.
3. Untuk mengetahui pengaruh letak bank syariah terhadap minat masyarakat pedesaan dan perkotaan menjadi nasabah bank syariah di Kabupaten Pati.
4. Untuk mengetahui pengetahuan, sosialisasi dan tata letak mempengaruhi persepsi masyarakat pedesaan tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
5. Untuk mengetahui pengetahuan, sosialisasi dan tata letak mempengaruhi persepsi masyarakat perkotaan tentang

perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa :

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan mampu menjadikan referensi bagi pembaca dalam penelitian yang hamper sama atau sebagai sumber informasi dan masukan untuk pengembangan selanjutnya.

b. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Hasil yang diperoleh diharapkan menjadi bahan masukan bagi pihak-pihak terkait khususnya bagi penyusun.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perbankan Syariah

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Ketika terjadi krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997 dan 1998 Bank Muamalat Indonesia terbukti tidak terkena dampaknya. Sistem operasional bank syariah berbeda dengan bank konvensional. Layanan bank syariah tidak menggunakan sistem bunga. Bank syariah tidak mengenal sistem bunga, baik bunga yang diperoleh nasabah dari peminjaman uang maupun bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah. Kegiatan bank syariah mengacu pada hukum Islam. Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah sebagai lembaga intermediasi antara investor yang menginvestasikan dananya di bank kemudian disalurkan kepada pihak yang membutuhkan dana.⁷

Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-Undang No.10 Tahun 1998

⁷ Drs.Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenamedia Group, 2011, hlm.25.

yang mengatur tentang landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dijalankan dan diimplementasikan oleh bank syariah.⁸ Dari segi kelembagaan, terdapat dua jenis bank syariah yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) sedangkan bentuk hukum bank syariah adalah Perseroan Terbatas (PT). Dari segi kelembagaan dan kegiatan usaha, perbedaan bank konvensional dan bank syariah terletak pada cara dan proses melakukan usahanya. Bank konvensional melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip hukum konvensional dengan menerapkan sistem bunga, sedangkan bank syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, tidak mengenal bunga dan menerapkan sistem bagi hasil.⁹

2.1.2 Fungsi Bank Syariah

Tugas dan fungsi perbankan syariah menurut Ikatan Bankir Indonesia adalah sebagai berikut :

- a. Menunjang pembangunan nasional dalam rangka peningkatan keadilan, kebersamaan dan meningkatkan kesejahteraan rakyat.
- b. Bank syariah dan Unit Usaha Syariah wajib menjalankan fungsi social dalam bentuk lembaga baitul mal yaitu

⁸ Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, hlm.26

⁹ Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012, hlm.2.

menerima dana zakat, infaq, sedekah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkan kepada organisasi pengelola zakat.

- c. Bank syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf sesuai dengan kehendak pemberi wakaf. Pelaksanaan fungsi sosial tersebut diatur oleh undang-undang.¹⁰

Bank syariah pada dasarnya mempunyai tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana, dan memberi pelayanan jasa perbankan syariah.¹¹ Konsep perbankan syariah menghancurkan bank-bank memberikan pelayanan sosial baik melalui pinjaman kebajikan (Qardh), zakat dan sumbangan sesuai prinsip syariah. Pengembangan sumber daya manusia dan pemberian kontribusi bagi kesejahteraan sosial merupakan peran penting perbankan syariah.¹²

2.1.3 Peran Bank Syariah

Peran perbankan syariah menurut Muhammad dalam (IKIT, 2015:50) secara nyata dapat terwujud dalam aspek-aspek sebagai berikut :

¹⁰ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014, hlm.3.

¹¹ Drs.Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenamedia Group, 2011, hlm.30

¹² Bustari Muktar, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: Kencana, 2016, hlm.125.

- a. Bank syariah sebagai fasilitator bagi terbentuknya jaringan usaha ekonomi kerakyatan.
- b. Pengelolaan bank syariah harus didasarkan pada visi ekonomi kerakyatan. Upaya ini akan terwujud jika dalam kegiatan operasionalnya terdapat transparansi.
- c. Bank syariah tidak memberikan janji yang pasti tentang keuntungan kepada investor. Oleh karena itu bank syariah harus mampu memberikan return yang lebih baik disbanding bank konvensional.
- d. Bank syariah mendorong adanya transaksi produktif dari dana masyarakat guna mengurangi tingkat spekulasi.
- e. Bank syariah mendorong pemerataan pendapatan. Bukan hanya mengumpulkan dana pihak ketiga namun dapat mengumpulkan dana Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS) yang kemudian disalurkan melalui pembiayaan Qardul Hasan.
- f. Peningkatan efisiensi mobilisasi dana
- g. Implementasi moral dalam penyelenggaraan usaha bank.¹³

2.1.4 Tujuan Bank Syariah

Perbankan di Indonesia mempunyai tujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional guna meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Sedangkan

¹³ IKIT, *Akuntansi Penghimpun Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Deepublish, 2015, hlm.50.

penyaluran dana oleh perbankan syariah mempunyai tujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan, meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan meratakan kesejahteraan rakyat.¹⁴

Secara umum tujuan bank syariah adalah untuk mendorong dan mempercepat kemajuan ekonomi masyarakat dengan melakukan kegiatan perbankan, finansial, komersial, dan investasi yang sesuai dengan kaidah syariah. Hal ini berbeda dengan tujuan bank konvensional dimana tujuan utamanya adalah mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.¹⁵

2.1.5 Prinsip Bank Syariah

Perbankan syariah dalam menjalankan kegiatan operasionalnya mempunyai prinsip-prinsip yang dianut diantaranya adalah sebagai berikut:¹⁶

a. Asas demokrasi ekonomi

Asas demokrasi ekonomi dalam kegiatan perekonomian nasional mengandung keadilan, pemerataan, kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, mandiri dan keseimbangan kemajuan serta kesatuan ekonomi nasional. Penerapan asas demokrasi ekonomi ini guna mewujudkan perekonomian

¹⁴ Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012 . hlm.32

¹⁵ Abdul Ghofur Ansori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018, hlm.34.

¹⁶ Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*, Yogyakarta: Deepublish, 2018, hlm.24-37.

nasional yang sesuai dengan nilai-nilai demokrasi ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat dan dilaksanakan sesuai dengan prinsip syariah. Dasar hukum pengaturan tentang penerapan asas demokrasi dalam sistem perbankan nasional terdapat dalam UURI No.10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UURI No.7 Tahun 1997 tentang Perbankan dan UURI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

b. Prinsip syariah

Kegiatan usaha yang dijalankan dengan prinsip syariah adalah kegiatan yang tidak mengandung unsur riba, maisir (judi), gharar (ketidakjelasan), zalim (tidak adil) dan haram. Penerapan prinsip syariah ini akan menciptakan keadaan yang adil, sehat melalui sistem bagi hasil dan mengurangi resiko kerugian oleh salah satu pihak.

c. Prinsip kehati-hatian bank

Prinsip kehati-hatian bagi bank syariah pada dasarnya berguna untuk menghindari risiko-risiko yang mengakibatkan kerugian, melindungi data nasabah, melindungi dana nasabah yang tersimpan di bank syariah, melindungi nasabah dari praktik-praktik penipuan. Semakin berkembangnya perbankan syariah maka semakin besar pula risiko kerugian yang dihadapi oleh bank syariah. Apabila bank syariah lalai akan prinsip kehati-hatian ini,

maka bank syariah akan mengalami kerugian yang signifikan.

d. Prinsip mengenal nasabah

Prinsip ini diterapkan untuk mengenal dan mengetahui identitas nasabah serta memantau kegiatan transaksi nasabah termasuk melaporkan transaksi mencurigakan yang terjadi di bank syariah kepada Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK). Bank syariah wajib membuat dan menetapkan kebijakan penerimaan nasabah, kebijakan dan prosedur identifikasi calon nasabah, pemantauan rekening dan transaksi calon nasabah apabila telah diterima menjadi nasabah bank syariah, kebijakan dan prosedur manajemen risiko yang berkaitan dengan prinsip mengenal nasabah.

e. Prinsip kepercayaan

Kepercayaan adalah modal utama dalam menjalin hubungan usaha demikian pula dalam sector perbankan syariah. Bank syariah sebagai lembaga keuangan wajib menjalankan prinsip kepercayaan melalui penerapan tata kelola bank syariah yang baik meliputi transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, professional dan kewajaran. Hal tersebut guna memberikan kepercayaan dan keyakinan pada masyarakat dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah.

f. Prinsip kerahasiaan

Rahasia bank adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan keterangan nasabah penyimpan dan simpanannya. Kerahasiaan data nasabah bank syariah perlu dijaga dan dilindungi agar bank syariah dapat dipercaya oleh masyarakat.¹⁷

2.1.6 Sumber Dana Bank Syariah

Dana adalah uang tunai yang dikuasai oleh bank, baik dalam bentuk tunai maupun aktiva yang dapat diubah menjadi uang tunai. Tanpa dana yang cukup bank tidak dapat berfungsi sebagaimana mestinya. Dalam pandangan Islam uang bukan merupakan suatu komoditi namun hanya merupakan alat untuk menambah nilai ekonomis. Berdasarkan prinsip tersebut menarik dana dari pihak ketiga dalam bentuk:

- a. Wadi'ah (titipan) yaitu simpanan yang dijamin keamanan dan pengembaliannya tanpa memperoleh keuntungan .
- b. Partisipasi modal berbagi hasil dan bagi risiko untuk investasi umum dimana bank akan membayar bagian keuntungan secara proporsional dengan modal yang berasal dari dana tersebut.
- c. Invenstasi khusus dimana bank sebagai manajer investasi untuk memperoleh fee.

¹⁷ Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*, Yogyakarta: Deepublish, 2018, hlm.24-37

Dengan demikian sumber dana bank syariah terdiri dari :

a. Modal inti

Modal inti pada umumnya adalah dana modal yang berasal dari pemegang saham bank, laba bank yang tidak dibagi untuk menutup timbulnya resiko kerugian (cadangan), dan laba ditahan dimana sebagian laba yang seharusnya dibagikan kepada pemegang saham.

b. Kuasi ekuitas (mudharabah account)

Dana bagi hasil yang dihimpun atas dasar prinsip mudharabah. Keuntungan yang diperoleh dibagi antara keduanya dengan nisbah sesuai kesepakatan sebelumnya. Kerugian finansial menjadi tanggungan pemilik dana, sedangkan pengelola tidak memperoleh imbalan atas usaha yang dilakukan.

c. Dana titipan (wadi'ah)

Dana pihak ketiga yang dititipkan kepada bank berupa giro atau tabungan. Motivasi masyarakat menitipkan uang pada bank adalah untuk keamanan dan mendapatkan kekeluasaan menarik kembali dananya.¹⁸

2.1.7 Kegiatan Usaha Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang pengelolaan dan operasionalnya menggunakan prinsip syariah. Artinya dalam

¹⁸ Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Tangerang: Azkia Publisher, 2009, hlm.57-60.

kegiatan penghimpunan dana atau penyaluran dana nasabah dan pelayanan jasa yang lain, bank syariah harus berdasar pada perjanjian (akad) menurut hukum Islam yang sesuai dengan prinsip syariah. Sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia Nomer 7/46/PBI/2005 tentang Akad Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana bagi bank yang melaksanakan usaha dengan prinsip syariah. Oleh karena itu diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang berhubungan dengan bank syariah agar dapat mewujudkan pengelolaan yang sehat. Hal tersebut dapat membantu operasional bank syariah menjadi lebih efisien dan meningkatkan kepastian hukum para pihak terkait.¹⁹

2.1.8 Akad-Akad Bank Syariah

Akad dalam transaksi syariah adalah perikatan yang tidak mengandung penipuan (gharar), perjudian (maysir), bunga (riba), penganiayaan (dzulmu), suap (risywah), barang haram dan maksiat (Ahmad Ilham Solihin, 2015:15).²⁰ Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/19/PBI/2007 maka prinsip syariah yang dapat dilaksanakan oleh bank yang kegiatan usahanya sesuai syariah²¹ adalah sebagai berikut :

- a. Kegiatan penghimpunan dana masyarakat

¹⁹ Rachmadi Usman, *Produk dan Akad Perbankan Syariah di Indonesia (Implementasi dan Aspek Hukum)*, PT Citra Aditya, 2009, hlm.17.

²⁰ Ahmad Ilham Solihin, *Ini Lho Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015, hlm.15.

²¹ Rachmadi Usman, *Produk dan Akad Perbankan Syariah di Indonesia (Implementasi dan Aspek Hukum)*, PT Citra Aditya, 2009, hlm.22.

1. Akad Wadi'ah

Akad wadi'ah adalah titipan dari pihak ke pihak lain baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan sesuai dengan keinginan pemilik. Akad ini bertujuan untuk menjaga keamanan suatu barang tersebut.²²

2. Akad Mudharabah

Berdasarkan Fatwa DSN MUI No:115/DSN-MUI/IX/2017 akad mudharabah adalah akad kerja sama antara pemilik modal (shahibul mal) yang menyediakan seluruh modal dengan pengusaha (mudharib) dan keuntungan usaha dibagi sesuai nisbah yang mereka sepakati dalam akad. Usaha yang dilakukan harus sesuai dengan prinsip syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.²³

- b. Penyaluran dana kepada masyarakat

1. Akad Murabahah

Berdasarkan Fatwa DSN MUI No: 111/DSN-MUI/IX/2017 akad murabahah adalah akad jual beli suatu barang dengan menjelaskan harga beli awal kepada

²² Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: PT Grasindo, 2005, hlm.20.

²³ Fatwa DSN MUI No:115/DSN-MUI/IX/2017

pembeli dan pembeli membayar dengan harga yang lebih sebagai laba.²⁴

2. Mudharabah

Berdasarkan Fatwa DSN MUI No:115/DSN-MUI/IX/2017 akad mudharabah adalah akad kerja sama antara pemilik modal (shahibul mal) yang menyediakan seluruh modal dengan pengusaha (mudharib) dan keuntungan usaha dibagi sesuai nisbah yang mereka sepakati dalam akad.²⁵

3. Akad Musyarakah

Menurut Fatwa DSN MUI No: 114/DSN-MUI/IX/2017 akad musyarakah atau syirkah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana untuk modal usaha. Keuntungan hasil usaha dibagi sesuai nisbah yang telah disepakati. Sedangkan kerugian ditanggung oleh para pihak secara proporsional.²⁶

4. Akad Salam

Fatwa DSN MUI No: 05/DSN-MUI/IV/2000 salam adalah akad jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga terlebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu. Pembayaran harus

²⁴ Fatwa DSN MUI No:111/DSN-MUI/IX/2017

²⁵ Fatwa DSN MUI No:115/DSN-MUI/IX/2017

²⁶ Fatwa DSN MUI No:114/DSN-MUI/IX/2017

dilakukan saat kontrak disepakati sedangkan penyerahan barang dilakukan kemudian.²⁷

5. Akad Istishna'

Berdasarkan Fatwa DSN MUI No: 06/DSN-MUI/IV/2000 istishna' adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan dan penjual.²⁸

6. Akad Ijarah

Menurut Fatwa DSN MUI No: 112/DSN-MUI/IX/2017 akad ijarah adalah akad sewa antara pihak yang menyewakan barang (mu'jir) dan pihak yang menyewa (mus'tajir) dengan pihak yang memberikan jasa akad ijarah (ajir) untuk mempertukarkan manfaat barang sewa melalui proses penggunaan dan pekerjaan dengan ujah baik manfaat barang maupun jasa.

7. Akad Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik (IMBT)

Akad Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik adalah akad ijarah atas manfaat barang yang disertai dengan janji pemindahan hak milik atas barang sewa kepada pihak penyewa setelah akad ijarah berakhir.²⁹

²⁷ Fatwa DSN MUI No:05/DSN-MUI/IV/2000

²⁸ Fatwa DSN MUI No:06/DSN-MUI/IV/2000

²⁹ Fatwa DSN MUI No:112/DSN-MUI/IX/2017

8. Akad Qardh

Dalam Fatwa DSN MUI No: 19/DSN-MUI/IV/2001 qardh adalah akad pinjaman kepada nasabah dengan ketentuan wajib mengembalikan dana yang diterima kepada Lembaga Keuangan Syariah pada waktu yang telah disepakati dalam hal ini bank syariah dan nasabah.³⁰

9. Akad Rahn

Berdasarkan Fatwa DSN MUI No: 25/DSN-MUI/III/2002 rahn adalah akad pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Penerima barang (murtahin) mempunyai hak menahan barang (marhun) sampai semua utang yang menyerahkan barang (rahin) lunas. Barang dan manfaatnya tetap menjadi milik rahin, murtahin tidak boleh mengambil manfaat barang kecuali atas izin rahin dengan tidak mengurangi nilai dan manfaat marhun.³¹

10. Akad Hawalah

Berdasarkan Fatwa DSN MUI No: 12/DSN-MUI/IV/2000 hawalah adalah akad pengalihan utang dari satu pihak yang berutang kepada pihak lain yang wajib

³⁰ Fatwa DSN MUI No: 19/DSN-MUI/IV/2001

³¹ Fatwa DSN MUI No: 25/DSN-MUI/III/2002.

menanggungnya. Hawalah dilakukan harus sesuai dengan izin orang yang mempunyai utang dan sekaligus berpiutang (muhil), orang yang mempunyai piutang kepada muhil (muhal), dan orang yang mempunyai utang kepada muhil (muhal ‘alaih).³²

c. Jasa perbankan

1. Akad Kafalah

Berdasarkan Fatwa DSN MUI No: 11/DSN-MUI/IV/2000 akad kafalah adalah jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua. Dalam akad kafalah penjamin dapat menerima fee selama tidak memberatkan. Kafalah dengan imbalan bersifat mengikat dan tidak boleh diputuskan secara sepihak.³³

2. Akad Wakalah

Menurut Fatwa DSN MUI No: 113/DSN-MUI/IX/2017 Akad Wakalah adalah pemberian kuasa dari pihak yang memberi kuasa (muwakkil) kepada pihak yang menerima kuasa (wakil) untuk melakukan perbuatan hukum tertentu.

3. Akad Wakalah bil Ujrah

³² Fatwa DSN MUI No: 12/DSN-MUI/IV/2000.

³³ Fatwa DSN MUI No: 11/DSN-MUI/IV/2000.

Akad Wakalah bil Ujah adalah akad wakalah yang disertai dengan imbalan ujah. Ujah dapat berupa uang atau jasa yang sesuai dengan prinsip syariah dan ketentuan yang berlaku.³⁴

2.1.9 Produk-produk bank syariah

Produk perbankan syariah menurut Mardani (2017:38) dapat dipaparkan sebagai berikut:³⁵

a. Produk penghimpun dana

Produk perbankan syariah di bidang penghimpun dana disebut simpanan yaitu dana yang disimpan dalam bentuk giro, deposito, sertifikat deposito, tabungan, dan atau bentuk lainnya dengan prosedur sesuai ajaran Islam dan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

b. Produk penyaluran dana

Bank syariah sebagai lembaga intermediari selain menghimpun dana dari masyarakat juga menyalurkan dana untuk masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan ini terdiri dari pembiayaan berdasarkan akad jual beli terdiri dari pembiayaan murabahah, pembiayaan salam dan pembiayaan istishna'. Pembiayaan berdasarkan akad

³⁴ Fatwa DSN MUI No: 113/DSN-MUI/IX/2017.

³⁵ Mardani. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2017, hlm.38.

sewa yaitu ijarah dan ijarah muntahiyyah bit tamlik. Sedangkan pembiayaan berdasarkan akad bagi hasil terdiri dari pembiayaan mudharabah dan pembiayaan musyarakah. Pembiayaan berdasarkan akad pinjam meminjam yaitu pembiayaan qardh.

c. Produk jasa

Produk jasa pada umumnya berbasis pada fee sebagai kompensasi yang harus diberikan nasabah kepada pihak bank atas penggunaan jasa perbankan. Beberapa contoh produk jasa perbankan syariah adalah sebagai berikut :

1. Letter of Credit (L/C) Impor Syariah

Surat pernyataan akan membayar kepada pengeksportir yang diterbitkan oleh bank atas permintaan importir dengan memenuhi syarat tertentu sesuai prinsip syariah.

2. Bank Garansi Syariah

Jaminan yang diberikan oleh bank kepada pihak ketiga penerima jaminan atas pemenuhan kewajiban tertentu nasabah selaku pihak yang dijamin.

3. Transfer dan Inkaso

Bank memberikan jasa kepada nasabah untuk mewakili pemindahan dana dari rekening nasabah atau penagihan ke rekening nasabah.³⁶

4. Gadai Syariah (Rahn)

Pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

5. Penukaran valuta asing (Sharf)

Jasa yang diberikan bank syariah untuk membeli atau menjual valuta asing yang sama ataupun berbeda, yang akan ditukarkan atau dikehendaki oleh nasabah.³⁷

2.2 Persepsi

2.2.1 Pengertian persepsi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia persepsi adalah tanggapan, penerimaan langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui beberapa panca indera.³⁸ Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses dimana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasi stimuli ke gambaran yang berarti dan

³⁶ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2017, hlm.38.

³⁷ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Prenamedia Group. 2009, hlm.90.

³⁸ <http://kbbi.web.id> diakses pada 20 Desember 2018.

menyeluruh.³⁹ Pengertian persepsi menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut :

- a. Menurut Kotler yang dipaparkan oleh Suparno dalam Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi, persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Orang yang berbeda sering kali mendapat pandangan dari rangsangan yang sama karena dipengaruhi oleh harapan mereka serta latar belakang masing-masing. Dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan sikap individu dalam memilih, mengorganisasikan dan merespon informasi disekitarnya.⁴⁰
- b. Menurut Stanton et al (1998) persepsi adalah suatu makna yang berkaitan berdasarkan pengalaman masa lalu, rangsangan yang diterima melalui lima indera.
- c. Menurut Desphande, Farley dan Webster (1993) persepsi adalah proses bagaimana stimulti-stimulti diseleksi, diorganisasi dan diinterpretasikan.⁴¹

Persepsi merupakan sesuatu yang timbul akibat adanya sensasi⁴². Persepsi seseorang terhadap suatu objek akan

³⁹ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000, hlm.102

⁴⁰ Suparno, *Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Terhadap Perbankan Syariah*, Vol. 02, No.1 Januari 2009.

⁴¹ Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003, hlm.92

berbeda-beda. Persepsi tersebut dapat dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Pengenalan atas suatu objek, jelas, gerakan dan intensitas adalah sesuatu yang mempengaruhi persepsi.⁴³ Persepsi membantu manusia dalam bertindak dan memahami keadaan sekitar karena persepsi merupakan urutan terakhir dari rangkaian peristiwa yang terkait. Urutan tersebut mulai dari obyek yang ditangkap oleh organ-organ indera sehingga timbul persepsi. Terdapat beberapa kemungkinan persepsi yang dihasilkan yaitu benar dan salah. Persepsi dikatakan benar jika apa yang dipahami dengan obyek sebenarnya terdapat kesesuaian sedangkan persepsi dikatakan salah apabila keduanya tidak sinkron.⁴⁴ Dalam kegiatan pemasaran, persepsi di mata konsumen merupakan sesuatu yang sangat penting.

2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Menurut Walgito dalam buku Psikologi Eksperimen Konsep, Teori dan Aplikasi oleh Wiwien Dinar Pratisti dan Susantyo Yuwono (2018:140) ada tiga hal yang mempengaruhi persepsi yaitu :

⁴² Sensasi adalah respon pancaindera secara langsung terhadap stimuli sederhana seperti merek, iklan, produk, dan sebagainya.

⁴³ Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003, hlm.92

⁴⁴ M.Darwis Hude, *Emosi: Penjelajahan Religio Psikologi Tentang Emosi Manusia di Dalam Al-Qur'an*, Jakarta: Erlangga, 2006, hlm.120.

- a. Objek yang mempengaruhi persepsi yaitu segala sesuatu diluar individu yang menimbulkan rangsangan.
- b. Alat indera dan sistem syaraf harus dalam keadaan normal.
- c. Pemusatan perhatian pada objek yang dipersepsi.⁴⁵

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi konsumen adalah sebagai berikut :

- a. Kebutuhan dan keinginan, jika kebutuhan dan keinginan yang dimiliki oleh konsumen besar maka ekspektasi konsumen akan tinggi, begitu pula sebaliknya jika konsumen mempunyai kebutuhan dan keinginan yang rendah, ekspektasi terhadap suatu produk juga akan rendah.
- b. Pengalaman terdahulu ketika mengkonsumsi produk dari sebuah perusahaan.
- c. Pengalaman dari teman, dimana orang lain yang telah mengkonsumsi sebuah produk atau layanan akan menceritakan kualitasnya sehingga hal ini sangat mempengaruhi persepsi konsumen.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran.⁴⁶

Pada dasarnya faktor yang mempengaruhi persepsi terbagi menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal, berikut adalah penjelasannya:

⁴⁵ Wiwien Dinar Pratisti dan Susantyo Yuwono, Psikologi Eksperimen: Konsep, Teori dan Aplikasi, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2018, hlm.140.

⁴⁶ Vincent Gaspers, *Ekonomi Manajerial: Pembuatan Keputusan Bisnis*, Jakarta: Gramedia, 2001, hlm:118.

a. Faktor internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri. Hal tersebut mencakup fisiologis, perhatian, kebutuhan searah, suasana hati, pengalaman, dan ingatan.

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi persepsi merupakan faktor yang berasal dari karakteristik lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat didalamnya.⁴⁷

Penelitian Silvia Miftakhur Rakhmah dan Sri Wahyuni menyatakan bahwa menurut Maxxwell dalam Khunniza konsumen akan memutuskan pembelian produk berdasarkan persepsi mereka terhadap produk tersebut. Semakin tinggi persepsi konsumen terhadap nilai suatu produk, maka akan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Dalam hal ini adanya persepsi positif terhadap bank syariah, seseorang akan memiliki minat untuk menjadi nasabah bank syariah tersebut.⁴⁸

⁴⁷ Titik Herawati, Miftakhul Khasanah, *Pengaruh Masyarakat NTB Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank NTB Syariah (Studi Pada Masyarakat Lombok Timur)*, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

⁴⁸ Silvia Miftakhur Rahmah dan Sri Wahyuni, *Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2011 dan 2012 FKIP Universitas Jember)*.

2.2.3 Proses Persepsi

Proses persepsi dalam Nugroho J. Setiadi terdiri dari :⁴⁹

a. Seleksi perseptual

Dalam definisi seleksi terdapat dua proses yang terjadi yaitu perhatian dan persepsi selektif. Konsumen dapat melakukan perhatian secara sengaja dengan cara aktif mencari informasi atau tidak sengaja. Perhatian dengan cara sengaja dapat menimbulkan persepsi selektif. Konsumen akan secara aktif mencari informasi tentang suatu produk dari berbagai sumber. Selain itu konsumen juga melakukan perhatian secara tidak sengaja. Hal ini terjadi ketika seorang konsumen dipaparkan sesuatu yang menarik, mengejutkan atau sesuatu yang tidak dapat diperkirakan. Oleh karena itu pemasar mengiklankan sebuah produk untuk mendapatkan perhatian konsumen.

b. Organisasi persepsi

Konsumen akan mengelompokkan informasi dari berbagai sumber secara menyeluruh untuk dapat memahami dengan lebih baik dan melakukan tindakan dari pemahaman tersebut.

⁴⁹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003, hlm.103

c. Interpretasi terhadap stimulti

Interpretasi konsumen dapat terjadi jika konsumen mendapatkan stimulti yang menarik. Dalam proses interpretasi konsumen membuka kembali informasi yang berhubungan dengan stimulti yang diterima. Interpretasi itu didasarkan pada pengalaman masa lalu. Namun dalam hal ini seorang konsumen dalam menginterpretasikan sebuah stimulti masing-masing orang berbeda.⁵⁰

2.3 Konsumen

2.3.1 Perilaku konsumen

Teori perilaku konsumen menurut Schiffman dan Kanuk yang tertuang dalam Jurnal Fokus Bisnis oleh Junaidi berpendapat bahwa individu bertindak secara rasional memaksimalkan keuntungan dengan membeli barang atau jasa. Pengaruh konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dapat dipengaruhi oleh keluarga, teman, iklan, suasana hati, keadaan dan emosi.⁵¹

Memahami karakteristik konsumen sangat berperan penting bagi penjual dalam hal ini bank syariah. Apabila pihak penjual dapat mengetahui perilaku konsumen yang sifatnya permanen, maka penjual dapat menjadikan hal tersebut sebagai

⁵⁰ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003, hlm.107.

⁵¹ Junaidi, *Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)*, Volume 14, No.02 Desember 2015.

peluang bisnis. Karena karakteristik kepribadian konsumen dapat dijadikan dasar untuk memposisikan produk yang ditawarkan.⁵² Para pemasar dalam hal ini perbankan syariah kurang memerhatikan bagaimana reaksi konsumen yang mengonsumsi produk tersebut. Apabila merasa tertarik, konsumen hanya dapat mengonsumsi produk tersebut tanpa dapat memberikan tanggapan secara langsung kepada pemasar. Konsumen tentu ingin mendapatkan produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka.⁵³

2.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen

Menurut Mowen dan Michael dalam Jurnal Fokus Bisnis oleh Junaidi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen adalah sebagai berikut :

a. Faktor budaya

Budaya meliputi hal-hal yang dipelajari dari keluarga, tetangga, teman, guru dan tokoh-tokoh masyarakat. Budaya merupakan faktor mendasar pembentukan norma-norma yang kemudian mempengaruhi keinginan dan perilakunya untuk menjadi konsumen.

⁵² Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003, hlm.66

⁵³ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003, hlm. 361.

b. Faktor social

Hidup dalam masyarakat harus dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar. Keluarga dan masyarakat sekitar sangat mempengaruhi perilaku pembeli. Keputusan seorang pembeli dipengaruhi oleh karakteristik pribadi.

c. Faktor teknologi

Transportasi pribadi, internet, audio visual dan kecanggihan teknologi yang semakin berkembang tentunya dapat mempengaruhi konsumen.⁵⁴

d. Faktor individual

Setiap individu mempunyai minat, sifat, bakat dan selera sendiri untuk menentukan produk barang dan jasa apa yang digunakan.

e. Faktor ekonomi

Selain harga barang, dan pendapatan konsumen terdapat hal lain yang dapat mempengaruhi permintaan konsumen diantaranya adalah lingkungan fisik, kekayaan yang dimiliki, harapan penghasil di masa yang akan datang, jika dalam bidang perbankan tersedia atau tidak pembiayaan yang murah.⁵⁵

⁵⁴ Junaidi, op.cit. *Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)*, Volume 14, No.02 Desember 2015.

⁵⁵ T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2003, hlm.112

2.4 Pengertian masyarakat

Masyarakat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan erikat oleh suatu kebudayaan yang dianggap sama.⁵⁶ Masyarakat adalah kumpulan manusia yang mempunyai hubungan satu sama lain baik secara perorangan maupun kelompok untuk mencapai kepentingan bersama ataupun bertentangan dengan ruang, peristiwa, waktu dan tempat. Hubungan antara anggota masyarakat selalu dilandasi oleh adanya kepentingan-kepentingan diantaranya adalah kepentingan ekonomi, politik, keamanan, budaya, kedudukan dan kekuasaan. Dalam pencapaian berbagai kepentingan itu, masyarakat melakukan interaksi satu sama lain.⁵⁷

2.4.1 Arti masyarakat pedesaan

Menurut UU No. 06 Tahun 2014 Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas-batas wilayah dan memiliki kewenangan untuk mengatur kepentingan masyarakat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. Masyarakat desa dalam KBBI adalah masyarakat yang mayoritas mata pencaharian penduduk dibidang pertanian, perikanan, dan peternakan dimana sistem

⁵⁶ <http://kbbi.web.id> diakses pada 20 Desember 2018.

⁵⁷ Bungaran Antonius Simanjuntak, *Tradisi Agama dan Akseptasi Modernisasi pada Masyarakat Pedesaan Jawa*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2016, hlm.3.

budaya dan sosial mendukung mata pencaharian tersebut.⁵⁸ Menurut Rafni Fajriati yang di kutip dalam academia.edu menjelaskan bahwa masyarakat pedesaan memiliki ikatan batin yang kuat sesama warga desa.⁵⁹

Masyarakat pedesaan antar warga mempunyai hubungan yang lebih erat dibandingkan dengan masyarakat pedesaan lain. Sistem kehidupannya berkelompok dengan dasar kekeluargaan dan mayoritas bermata pencaharian petani. Cara adaptasi masyarakat pedesaan dengan menjunjung tinggi sikap kekeluargaan dan gotong royong antar sesama.⁶⁰

Kesejahteraan dapat diraih jika pembangunan perekonomian berhasil. Indonesia mayoritas penduduk bermata pencaharian sebagai petani dan petani bertempat tinggal di desa. Oleh karena itu pembangunan pedesaan dan pertanian sangat diperlukan guna meningkatkan kesejahteraan.⁶¹

2.4.2 Karakteristik masyarakat pedesaan

Desa mempunyai karakteristik sendiri-sendiri jika dihubungkan dengan nilai budaya, religi, sejarah, dan sistem sosialnya. Penduduk desa umumnya saling kenal, saling membantu, pengetahuan merupakan milik bersama, harta

⁵⁸ <http://kbbi.web.id> diakses pada 20 Desember 2018.

⁵⁹ Rafni Fajriati, www.academia.edu diakses pada 20 Desember 2018.

⁶⁰ Rafni Fajriati, www.academia.edu diakses pada 20 Desember 2018.

⁶¹ Bustanul Karim, *Prinsip Pembangunan Ekonomi Umat*, Yogyakarta: Deandra Kreatif, 2018, hlm.131.

merupakan milik fungsi sosial.⁶² Masyarakat pedesaan mempunyai karakteristik yang terkait dengan etika dan budaya diantaranya adalah :

- a. Sederhana.
- b. Menjunjung tinggi norma dan peraturan yang berlaku di daerahnya.
- c. Mudah merasa curiga.
- d. Sifat kekeluargaan yang tinggi.
- e. Berbicara apa adanya.
- f. Dalam hal keuangan masyarakat desa tertutup.
- g. Menghargai orang lain.
- h. Demokratis dan religious.⁶³

2.4.3 Arti masyarakat perkotaan

Kota adalah suatu tempat yang dengan penduduk lebih padat dibanding wilayah sekitarnya karena seluruh kegiatan fungsional yang berkaitan dengan aktivitas penduduk berpusat di kota. Karakter utama perkotaan penduduknya memiliki mata pencaharian non petani.⁶⁴ Masyarakat kota dalam KBBI adalah masyarakat yang mayoritas mata pencaharian penduduk berada

⁶² Bungaran Antonius Simanjuntak, *Tradisi Agama dan Akseptasi Modernisasi pada Masyarakat Pedesaan Jawa*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2016, hlm.5.

⁶³ Rafni Fajriati, www.academia.edu diakses pada 20 Desember 2018.

⁶⁴ Muhammad Nuh dan Suhartono Winoto, *Kebijakan Pembangunan Perkotaan*, Malang: UB Press, 2017, hlm.7.

pada sektor perdagangan dan industry atau yang bekerja pada sector administrasi pemerintah.⁶⁵

Masyarakat perkotaan sering disebut urban community. Pada umumnya interaksi yang terjadi pada masyarakat kota terjadi berdasarkan faktor kepentingan daripada faktor pribadi. Di perkotaan perubahan social tampak dengan nyata karena masyarakat kota lebih terbuka dalam penerimaan pengaruh dari luar. Masyarakat perkotaan cenderung sebagai manusia individu karena pada umumnya dapat mengurus diri sendiri tanpa bergantung pada orang lain.⁶⁶

2.4.4 Karakteristik masyarakat perkotaan

Masyarakat perkotaan mempunyai karakteristik tertentu dan berbeda dengan masyarakat desa. Berikut adalah karakteristik masyarakat kota :

- a. Kehidupan keagamaan kurang apabila dibandingkan dengan masyarakat desa.
- b. Masyarakat kota tidak bergantung kepada orang lain.
- c. Banyak terdapat perbedaan politik dan agama sehingga kehidupan keluarga sukar untuk disatukan.
- d. Masyarakat perkotaan memiliki jalan pikiran yang rasional

⁶⁵ <http://kbbi.web.id> diakses pada 20 Desember 2018.

⁶⁶ Rafni Fajriati, Op. cit. www.academia.edu diakses pada 20 Desember 2018.

- e. Interaksi yang terjadi didasarkan pada faktor kepentingan pribadi daripada kepentingan umum.⁶⁷

2.5 Minat Menjadi Nasabah

2.5.1 Pengertian Minat

Minat adalah keadaan ketika seseorang tertarik atau mempunyai perhatian lebih terhadap sesuatu serta ingin mempelajari dan mengetahui lebih lanjut. Berikut adalah pengertian minat menurut beberapa ahli :⁶⁸

- a. Cony Semiawan mengatakan bahwa minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respons terarah kepada suatu obyek tertentu yang dapat memberikan kepuasan.
- b. S. Nasution menjelaskan minat adalah pernyataan psikis yang menunjukkan adanya pemusatan pikiran, perasaan dan kemauan terhadap suatu obyek karena menarik perhatian.
- c. Menurut M. Buchori minat adalah kesadaran seseorang tentang suatu obyek, situasi atau seseorang yang mengandung keterikatan dengan dirinya.
- d. Sedangkan menurut Sardiman AM, menyatakan bahwa minat merupakan kondisi yang terjadi apabila berhubungan dengan keinginan atau kebutuhan seseorang tersebut.

⁶⁷ Ibid, Rafni Fajriati, www.academia.edu diakses pada 20 Desember 2018.

⁶⁸ Darmadi, *Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran Dalam Dinamika Belajar Siswa*, Yogyakarta: Deepublish, 2017, hlm.307-308.

Minat konsumen (Assel:2001) dalam Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan oleh Roni Andespa merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli, menggunakan suatu produk atau segala tindakan yang mempunyai hubungan dengan tingkat konsumen melakukan pembelian. Menurut Mowen minat beli terjadi karena adanya proses belajar dan pemikiran sehingga dapat membentuk suatu persepsi tentang suatu produk tertentu.⁶⁹

Minat mempunyai pengaruh yang sangat besar karena seseorang akan melakukan sesuatu sesuai dengan minatnya. Sebaliknya, jika seseorang tidak mempunyai minat terhadap suatu obyek maka tidak terdapat respons atau dorongan terhadap obyek tersebut.

2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Berdasarkan hasil penelitian Roni Andespa (2017) faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah adalah sebagai berikut⁷⁰:

- a. Faktor usia dan siklus hidup, keyakinan dan sikap, motivasi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup dan pembelajaran. Usia seorang nasabah jika semakin tinggi maka standar dalam menilai sesuatu juga akan naik, termasuk dalam menilai fasilitas yang dimiliki oleh bank. Dalam hal ini

⁶⁹ Roni Andespa, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*, volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017.

⁷⁰ Roni Andespa, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*, volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017.

manajemen bank juga perlu mengetahui bagaimana keyakinan dan sikap masyarakat. Keyakinan seorang nasabah dapat berdasarkan pengetahuan atau kepercayaan nasabah kepada bank syariah. Citra bank syariah dapat dibentuk berdasarkan keyakinan dan sikap masyarakat. Sedangkan motivasi berasal dari pembelajaran dan pengalaman masa lalu sehingga dapat mempengaruhi nasabah untuk mengkonsumsi suatu produk. Perubahan perilaku konsumsi nasabah dapat berubah berdasarkan pengalaman hidupnya. Pihak bank harus mampu membangun sebuah permintaan atas produk perbankan yang dapat menarik minat nasabah.

- b. Faktor persepsi, kelompok acuan, kelas sosial, serta peran dan status. Persepsi dapat mempengaruhi motivasi masyarakat dalam bertindak dan mempunyai keinginan untuk menjadi nasabah di bank syariah. Sedangkan perilaku nasabah sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan, seperti perilaku konsumsi, gaya hidup baru, konsep pribadi, kebiasaan, pilihan produk dan merek. Minat dan perilaku nasabah akan cenderung sama di suatu daerah sehingga dapat mempengaruhi perilaku dalam mengkonsumsi produk dan jasa antara masyarakat satu dengan yang lain.
 - a. Faktor produk, harga, promosi, dan distribusi.

Bauran pemasaran ini sangat mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah di bank syariah.

b. Faktor budaya dan keluarga.

Budaya dapat menentukan keinginan dan perilaku bagi nasabah. Organisasi yang paling penting dalam masyarakat adalah keluarga, yang merupakan kelompok acuan paling berpengaruh dalam pola konsumsi.

2.6 Penelitian terdahulu

1. Arum Cempaka Sari (2018) yang berjudul “Pengaruh Sosialisasi, Religiusitas, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Wonosari Untuk Berwakaf Tunai Di BMT Dana Insani Gunungkidul” menyatakan bahwa sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di BMT Dana Insani Gunungkidul. Religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di BMT Dana Insani Gunungkidul dan pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di BMT Dana Insani Gunungkidul.⁷¹

⁷¹ Arum Cempaka Sari, *Pengaruh Sosialisasi, Religiusitas, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Wonosari Untuk Berwakaf Tunai Di BMT Dana Insani Gunungkidul*, 2018.

2. Jurnal Keuangan dan Perbankan Volume 16, Nomor 3, September 2012 oleh Kridawati Sadana yang berjudul “Sosialisasi dan Persepsi Bank Syariah (Kajian Kebijakan Enkulturası Nilai-Nilai Bank Syariah Dalam Masyarakat)” menyatakan bahwa sosialisasi yang terencana perlu dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat terhadap bank syariah. Hal ini bertujuan untuk merubah persepsi awal masyarakat yang cenderung melihat bank syariah sebagai bank konvensional yang menggunakan istilah Arab. Sehingga pada akhirnya masyarakat banyak yang menjadi nasabah di bank syariah.⁷²
3. Titik Herawati dan Miftakhul Khasanah yang berjudul “Pengaruh Persepsi Masyarakat NTB Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank NTB Syariah” hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank NTB syariah. Artinya semakin tinggi persepsi masyarakat NTB tentang perbankan syariah maka semakin tinggi minat menjadi nasabah di bank NTB syariah dan sebaliknya, semakin rendah persepsi masyarakat NTB

⁷² Kridawati Sadana, *Sosialisasi dan Persepsi Bank Syariah (Kajian Kebijakan Enkulturası Nilai-Nilai Bank Syariah Dalam Masyarakat)*, Volume 16, Nomor 3 September 2012.

tentang perbankan syariah maka semakin rendah pula minat menjadi nasabah di bank NTB syariah.⁷³

4. Susanti Mei Diana (2017) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe” menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe, lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe terhadap keputusan anggota menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe dan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe.⁷⁴
5. Munawwaroh (2017) yang berjudul “Persepsi Masyarakat Perkotaan dan Pedesaan Terhadap Perbankan Syariah (Studi di Kabupaten Jepara Provinsi Jawa Tengah)” menyatakan bahwa sosialisasi tidak berpengaruh terhadap persepsi

⁷³ Titik Herawati dan Miftakhul Khasanah, *Pengaruh Persepsi Masyarakat NTB Tentang Perbankan syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank NTB Syariah*.

⁷⁴ Susanti Mei Dina, *Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe*, 2017.

masyarakat pedesaan dan perkotaan di Kabupaten Jepara, sedangkan pendirian perbankan syariah, keagamaan, dan pengetahuan berpengaruh positif terhadap persepsi masyarakat perkotaan dan pedesaan di Kabupaten Jepara.⁷⁵

6. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam volume 2, nomor 2, Juli-Desember 2017 oleh Any Meilani yang berjudul “Persepsi Santri Terhadap Bank Syariah” menyatakan bahwa tingkat persepsi santri terhadap bank syariah secara proporsional relatif sama, persepsi sedang 47.5% santri, baik 44.1% santri, dan kurang 8.3% santri.⁷⁶
7. Kautsar Audytra Muhammad (2014) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darunnajah)” menyatakan bahwa minat warga secara bersama-sama dipengaruhi oleh pengetahuan definisi, pengetahuan lokasi, pengetahuan prinsip-prinsip, dan pengetahuan produk Bank Muamalat. Dari keempat faktor tersebut, pengetahuan lokasi merupakan factor yang paling dominan dalam mempengaruhi warga

⁷⁵ Munawwaroh, *Persepsi Masyarakat Perkotaan dan Pedesaan Terhadap Perbankan Syariah (Studi di Kabupaten Jepara Provinsi Jawa Tengah)*, 2017.

⁷⁶ Any Meilani, *Persepsi Santri Terhadap Bank Syariah*, Volume 2, No.2 Juli-Desember 2017.

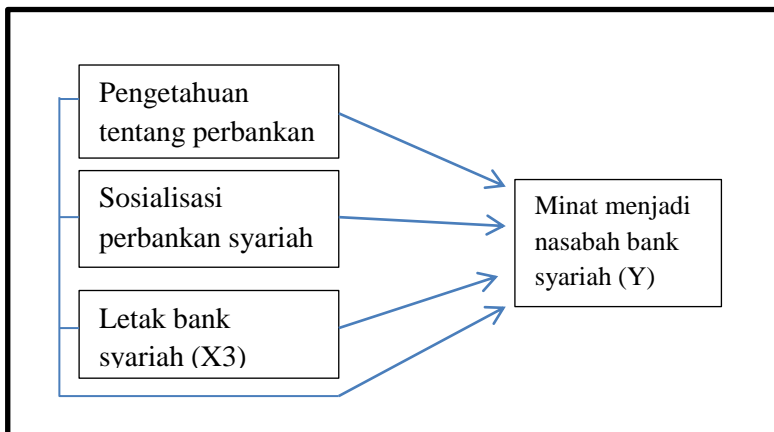
Pondok Pesantren Darunnajah untuk memilih Bank Muamalat.⁷⁷

2.7 Kerangka Penelitian

Pada penelitian ini terdapat empat variabel yang diidentifikasi sebagai masalah penting, tiga variabel independen yaitu pengetahuan, sosialisasi, dan letak perbankan syariah serta variabel dependen yaitu minat menjadi nasabah bank syariah.

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah skema kerangka penelitian :

Gambar 2.1
Kerangka penelitian



⁷⁷ Kautsar Audytra Muhammad, *Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbank Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darunnajah)*, 2014.

2.8 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara dari pertanyaan yang ada pada rumusan masalah penelitian. Dikatakan jawaban sementara karena jawabana yang ada adalah jawaban yang berasal dari teori. Hipotesis dapat bersumber dari 2 hal yaitu hasil pengalaman masa lalu atau pengetahuan, dan teori atau model.⁷⁸

Hipotesis penelitian ini mengenai persepsi masyarakat pedesaan dan perkotaan tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Menurut Kotler yang dipaparkan oleh Suparno dalam Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi, persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Menurut Kotler yang dipaparkan oleh Suparno dalam Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi, persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.⁷⁹

Sehingga hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

⁷⁸ Azuar Juliandi, Ifar, Saprial Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi: Sukses Menuju Skripsi*, Medan: UMSU Press, 2014, hlm 44-45.

⁷⁹ Suparno, *Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Terhadap Perbankan Syariah*, Vol. 02, No.1 Januari 2009.

1. H-1 = pengetahuan di duga berpengaruh terhadap minat masyarakat pedesaan dan perkotaan menjadi nasabah bank syariah.

H-0 = pengetahuan di duga tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat pedesaan dan perkotaan menjadi nasabah bank syariah.

2. H-1 = sosialisasi di duga berpengaruh terhadap minat masyarakat pedesaan dan perkotaan menjadi nasabah bank syariah.

H-0 = sosialisasi di duga tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat pedesaan dan perkotaan menjadi nasabah bank syariah.

3. H-1 = letak bank syariah di duga berpengaruh terhadap masyarakat pedesaan dan perkotaan minat menjadi nasabah bank syariah.

H-0 = letak bank syariah di duga tidak berpengaruh terhadap masyarakat pedesaan dan perkotaan minat menjadi nasabah bank syariah.

4. H-1 = pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah di duga berpengaruh terhadap minat masyarakat pedesaan menjadi nasabah bank syariah.

H-0 = pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah di duga tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat pedesaan menjadi nasabah bank syariah.

5. H-1 = pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah di duga berpengaruh terhadap minat masyarakat perkotaan menjadi nasabah bank syariah.

H-0 = pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah di duga tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat perkotaan menjadi nasabah bank syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Pati, pada masyarakat pedesaan peneliti mengambil tempat di Kecamatan Gabus sedangkan masyarakat perkotaan di Kecamatan Pati karena di daerah tersebut merupakan jantung Kota Pati dan terdapat bank syariah.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan kegiatan yang dilakukan secara sistematis dan terencana untuk mendapatkan jawaban pemecahan masalah terhadap fenomena-fenomena tertentu yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey, dimana penelitian survey merupakan bagian dari penelitian kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari penyebaran angket atau kuisioner kepada responden penelitian. Dalam hal ini peneliti terjun langsung ke masyarakat Kabupaten Pati untuk memperoleh data mengenai pengaruh persepsi masyarakat pedesaan dan perkotaan tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

Adapun pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menekankan fenomena-fenomena objektif yang dikaji secara kuantitatif.

Desain penelitian ini dilakukan dengan pengolahan statistic, menggunakan angka-angka, struktur dan percobaan terkontrol.⁸⁰

3.3 Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi berasal dari kata *population* yang berarti jumlah penduduk. Kata populasi bukan hanya menggambarkan jumlah penduduk melainkan hewan, tumbuhan, gejala, nilai, peristiwa, dan lain sebagainya. Populasi penelitian merupakan keseluruhan objek penelitian yang menjadi sumber data dalam penelitian. Pembatasan populasi harus berpedoman dengan tujuan dan permasalahan penelitian. Dengan adanya pembatasan populasi peneliti akan mudah dalam pengambilan sampel.⁸¹

Populasi penelitian ini meliputi masyarakat yang bertempat tinggal di Kecamatan Gabus dengan proyeksi penduduk pada tahun 2018 berjumlah 52,750 dan masyarakat Kecamatan Pati berjumlah 108,150.⁸²

⁸⁰ Asep Saepul Hamdi, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, Yogyakarta: Deepublish, 2014, hlm 5.

⁸¹ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Kedua, Jakarta: Kencana, 2017, hlm.109.

⁸² <https://patikab.bps.go.id> diakses pada 25 Desember 2018.

2. Sampel

Sampel adalah wakil dari semua unit yang meliputi jumlah dan karakteristik populasi. Ketepatan kesimpulan dapat dijamin dengan pemilihan sampel yang benar-benar representatif. Jumlah besaran sampel dapat diketahui dengan perhitungan secara pasti untuk menghindari berbagai kesulitan karena populasi memiliki karakteristik yang sulit digambarkan.⁸³

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah responden masyarakat pedesaan yang berada di Kecamatan Gabus dan masyarakat perkotaan yang berada di Kecamatan Pati karena di daerah tersebut merupakan jantung kota Pati dimana bank syariah berdiri. Jumlah sample masyarakat pedesaan diambil dengan menggunakan rumus :

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Dimana:

n: Jumlah sample

N: Jumlah populasi

d: Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sample yang masih dapat ditolelir (0.1)

$$n = \frac{52,750}{(0.1)^2 + 1}$$

⁸³ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Kedua, Jakarta: Kencana, 2017, hlm. 114-115.

$$\frac{52,750 (0.1)^2 + 1}{99.81}$$

Dengan demikian sampel masyarakat pedesaan akan diambil sebesar 100 orang di Kecamatan Gabus.

- Jumlah sample masyarakat perkotaan diambil dengan menggunakan rumus :

$$n = \frac{N}{N (d)^2 + 1}$$

Dimana:

n: Jumlah sample

N: Jumlah populasi

d: Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sample yang masih dapat ditolelir (0.1)

$$n = \frac{108,150}{108,150 (0.1)^2 + 1} = 99.91$$

Dengan demikian sampel masyarakat pedesaan akan diambil sebesar 100 orang di Kecamatan Pati.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian adalah *probability sampling*. Pada teknik ini, seluruh elemen populasi memiliki peluang untuk dijadikan sampel dengan kata lain tidak ada diskriminasi dalam pengambilan sampel.

Model *probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *cluster/area random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan memilih area-area tertentu secara random untuk setiap unit sampling. Pada teknik ini subyek penelitian dikelompokkan menurut area atau tempat domisili.

Kecamatan Gabus terdiri dari 24 desa sedangkan Kecamatan Pati terdapat 29 desa. Dengan demikian untuk mengambil sampel individu-individu masyarakat Kecamatan Gabus dan Kecamatan Pati penelitian ini menggunakan *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel penelitian secara acak sederhana.⁸⁴

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Pengertian Data

Penelitian membutuhkan data-data yang akan dianalisis, diolah, dan diuji untuk dapat menjawab rumusan masalah sebuah penelitian. Data adalah bahan mentah yang perlu proses pengolahan sehingga dapat menghasilkan sebuah informasi baik kualitatif maupun kuantitatif yang dapat menghasilkan sebuah fakta. Teknik pengumpulan data merupakan cara yang relevan bagi penelitian untuk mengumpulkan data-data di lapangan.

⁸⁴ Azuar Juliandi, Ifar, Saprinah Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi: Sukses Menuju Skripsi*, Medan: UMSU Press, 2014, hlm 53-56.

3.4.2 Sumber dan Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil oleh peneliti sendiri dari sebuah sumber untuk kepentingan penelitian.⁸⁵

Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari hasil penyebaran angket dan wawancara.

b. Data Sekunder

Menurut Asep Saepul Hamdi data sekunder adalah data yang diperoleh dari lembaga yang berpengaruh dengan penelitian. Peneliti mengutip data yang sudah tersedia guna keperluan penelitian. Data sekunder dapat diperoleh dari studi kepustakaan, pengambilan data dari luar tempat penelitian, jurnal, data statistik, maupun internet.⁸⁶

3.4.3 Teknik Pengumpulan Data

a. Angket/Kuisisioner

Angket/kuisisioner adalah mengumpulkan data dengan cara melakukan penyebaran lembar pertanyaan/ Pernyataan secara tertulis tentang suatu fakta atau kebenaran yang diketahui oleh subyek untuk mengetahui pendapat/persepsi responden tentang suatu

⁸⁵ Azuar Juliandi, Ifar, Sapriyal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi: Sukses Menuju Skripsi*, Medan: UMSU Press, 2014, hlm 65.

⁸⁶ Asep Saepul Hamdi, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, Yogyakarta: Deepublish, 2014, hlm 50.

variable yang diteliti. Dengan angket ini peneliti dapat mengetahui hal-hal yang tidak dapat diketahui secara langsung.

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup karena pilihan jawaban sudah disediakan.⁸⁷ Data yang diperoleh dari kuisisioner ini tentang persepsi masyarakat adalah pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah serta minat masyarakat terhadap perbankan syariah.

b. Wawancara

Wawancara adalah cara mendapatkan data dengan dialog langsung antara peneliti dan responden. Hasil wawancara direkam secara tertulis atau menggunakan alat perekam oleh peneliti. Hasil wawancara langsung dengan masyarakat peneliti mencari data tentang persepsi masyarakat pedesaan dan perkotaan tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

3.4.4 Skala Instrumen

Skala untuk instrument digunakan dalam hal penyusunan kuisisioner, indikator-indikator pertanyaan yang akan digunakan sebagai pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner. Skala

⁸⁷ Azuar Juliandi, Ifar, Saprinah Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi: Sukses Menuju Skripsi*, Medan: UMSU Press, 2014, hlm 69.

pengukuran alternatif jawaban dapat berupa skala nominal, ordinal, interval atau rasio.⁸⁸ Terdapat beberapa pendekatan yang akan digunakan dalam kuisioner diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Skala *Likert*

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang/sekelompok orang tentang sebuah fenomena social. Melalui pendekatan ini kuisioner dapat disusun dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan, pilihan ganda atau tabel ceklis. Skor yang diberikan dalam skala likert adalah 1,2,3,4,5 dengan mengandung pilihan jawaban sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Jawaban dari setiap pertanyaan memiliki gradasi sangat positif sampai sangat negatif.⁸⁹

2. Skala *Semantic Differentials*

Skala yang digunakan untuk mengukur arti obyek atau konsep bagi responden. Penilaian responden berdasarkan terhadap suatu obyek atau konsep berdasarkan skala-skala yang terdiri dari skala dengan dua ajektif yang bertentangan atau disebut skala bipolar. Misalnya tentang baik-buruk, kuat-lemah, aktif-pasif dan lain sebagainya.

⁸⁸ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002, hlm.98.

⁸⁹ Azuar Juliandi, Ifar, Saprinah Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi: Sukses Menuju Skripsi*, Medan: UMSU Press, 2014, hlm. 70.

Skala ini dapat disusun menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan konsep atau obyek yang akan diukur.
- b. Penentuan ajektif dilakukan dengan cara empiris pada dua kelompok sampel yang berbeda. Pasangan ajektif untuk suatu konsep atau obyek tersebut dipilih yang relevan.
- c. Skor seorang responden adalah jumlah skor dari pasangan ajektif.⁹⁰

3. Skala *Guttman*

Skala *guttman* dilakukan untuk mendapatkan jawaban yang tegas dari responden dengan menggunakan serangkaian pernyataan terkait suatu isu atau topik tertentu dan selanjutnya disusun berdasarkan intensitas derajatnya. Seorang responden yang setuju dapat menerima suatu pernyataan atau juga akan setuju dengan pernyataan lain yang dipaparkan secara lebih lunak. Skala *guttman* disusun berdasarkan fakta bahwa pernyataan tertentu bersifat lebih keras dibandingkan dengan pernyataan yang lain.

Responden dalam memberikan jawaban tidak selalu mengikuti pola rangkaian yang ada. Masalah tersebut diatasi dengan cara membandingkan nilai skor total responden dengan waktu yang digunakan responden dalam memberikan

⁹⁰ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002, hlm. 99-100.

jawaban. Toleransi yang diberikan minimal adalah 90%. Skala ini sering digunakan dalam penelitian social.⁹¹

4. Skala Rating

Skala rating dilakukan dengan cara responden memilih sendiri suatu posisi sesuai dengan keadaan yang dekat dengan sikap responden tersebut berdasarkan skala dari 1 sampai dengan posisi 5 sesuai dengan kebutuhan. Skala tersebut menunjukkan pola dari sangat positif sampai sangat negatif.⁹²

5. Skala *Thrustone*

Skala ini responden diminta untuk memilih setuju atau tidak setuju dengan beberapa pernyataan yang disajikan. Setiap pernyataan memiliki nilai poin yang berbeda-beda berdasarkan tingkat keras atau lunaknya sebuah pernyataan. Selanjutnya peneliti menentukan beberapa pernyataan yang memperoleh nilai secara konsisten. Peneliti kemudian memberi nilai rata-rata pada setiap pernyataan. Hasil pengukuran dapat diketahui dengan cara menjumlahkan skor dari setiap pernyataan yang disetujui oleh responden.⁹³

⁹¹ Morissan, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana, Cetakan ke Lima 2017, hlm. 92.

⁹² Azuar Juliandi, Ifar, Saprinah Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi: Sukses Menuju Skripsi*, Medan: UMSU Press, 2014, hlm. 72.

⁹³ Morissa, Op. Cit, hlm. 94

Skala instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* dengan menyusun pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur pendapat, persepsi masyarakat pedesaan dan perkotaan tentang perbankan syariah dengan pilihan jawaban sangat setuju, setuju, netra, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

3.5 Definisi Konsep dan Operasional

Definisi operasional adalah penjabaran variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Dalam penelitian ini, indikator-indikator variabel tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
1	Variabel Pengetahuan tentang perbankan syariah (X1)	Pengetahuan adalah informasi yang diketahui oleh masyarakat tentang perbankan syariah.	a. Pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah b. Penguasaan konsep perbankan syariah oleh	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert 1-5

			masyarakat c. Tanggapan masyarakat tentang bank syariah.	
2	Variabel Sosialisasi perbankan syariah (X2)	Sosialisasi adalah proses dimana segala informasi tentang perbankan syariah diterima oleh masyarakat.	a. Pernah atau tidak pernah masyarakat mendapatkan sosialisasi tentang perbankan syariah b. Bentuk sosialisasi yang diterima masyarakat c. Media yang digunakan dalam memberikan sosialisasi kepada masyarakat	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert 1-5

			d. Sosialisasi yang diberikan mudah dipahami atau tidak oleh masyarakat.	
3	Variabel Letak Bank Syariah (X3)	Letak bank syariah yang hanya terdapat di pusat Kota dan jarak yang di tempuh dari bank syariah ke tempat tinggal masyarakat.	<p>a. Pendapat masyarakat tentang letak bank syariah</p> <p>b. Susah atau tidak akses ke bank syariah</p> <p>c. Pendapat masyarakat tentang pendirian kantor-kantor cabang bank syariah di desa.</p>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert 1-5

4	Variabel Minat (Y)	Ketertarikan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah.	<p>a. Masyarakat tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah</p> <p>b. Tujuan menjadi nasabah bank syariah</p> <p>c. Resiko yang diambil dengan menjadi nasabah bank syariah</p> <p>d. Perlu atau tidak menjadi nasabah bank syariah</p> <p>e. Tanggapan menabung di bank syariah.</p>	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert 1-5
---	--------------------	---	--	---

3.6 Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang telah ditentukan (pengamatan, wawancara, angket/kuisisioner). Validitas dan reliabilitas harus diperhatikan supaya instrument dapat berfungsi secara efektif.⁹⁴

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuisisioner yang memuat daftar pertanyaan yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji validitas

Merupakan uji instrument data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dapat dikatakan valid jika korelasi dan skor total signifikan. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan bentuk kuisisioner agar dapat mengungkap sesuatu.⁹⁵ Setelah kuisisioner tersusun dan teruji validitasnya, tidak menentukan data yang terkumpul adalah data valid. Terdapat banyak hal yang dapat mengurangi valid data

⁹⁴ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, hlm. 123.

⁹⁵ Rochmad Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bsinis dengan SPSS*, Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press, Cetakan ke Tiga 2017, hlm.65.

diantaranya adalah keadaan responden pada saat memberikan keterangan.⁹⁶

Kuisisioner disusun dan disebarakan kepada responden kemudian peneliti dapat melakukan uji validitas secara statistik dengan menggunakan teknik korelasi. Langkah-langkah uji validitas dengan korelasi adalah sebagai berikut :

- Skor nomor angket dengan skor total seluruh item dikorelasikan.
- Jilai nilai korelasi (r) positif kemungkinan adalah valid.
- Nilai korelasi (r) yang dihitung tersebut dilihat signifikan atau tidak. Dengan menggunakan cara membandingkan r hitung dengan nilai r tabel. Apabila r hitung $>$ r tabel maka instrument tersebut signifikan. Instrument yang tidak valid tidak layak menjadi item dalam sebuah instrument penelitian.

Uji validitas dapat dilakukan menggunakan olah data pada program komputer SPSS untuk memudahkan peneliti. Kriteria penarikan kesimpulan valid atau tidak valid suatu instrument dapat dilihat dari probabilitas kesalahan dari korelasi (Sig). Nilai Sig dibandingkan dengan probabilitas kesalahan yang telah ditetapkan peneliti dengan symbol alpha (α). Nilai α umumnya adalah 0.05, jika Sig $<$ α maka suatu item instrument

⁹⁶ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002, hlm.104.

yang korelasinya diuji adalah valid. Sebaliknya jika $\text{Sig} > \alpha$ maka suatu item instrument adalah tidak valid.⁹⁷

Uji validitas dari penelitian ini digunakan untuk menguji sejauhmana ketepatan atau kebenaran suatu instrument sebagai alat ukur variabel penelitian.⁹⁸ Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan proses pengukuran untuk melihat apakah instrumen penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya. Jika instrument dari variabel penelitian dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan tinggi.⁹⁹ Reliabilitas dapat diuji dengan beberapa teknik diantaranya adalah sebagai berikut :

a. *Split Half*

Teknik ini dapat digunakan dengan cara berikut:

- Instrument dibagi menjadi dua bagian (nomor ganjil dan nomor genap).

⁹⁷ Azuar Juliandi, Ifar, Saprinal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi: Sukses Menuju Skripsi*, Medan: UMSU Press, 2014, hlm. 79.

⁹⁸ Azuar Juliandi, Ifar, Saprinal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi: Sukses Menuju Skripsi*, Medan: UMSU Press, 2014, hlm. 76.

⁹⁹ Azuar Juliandi, Ifar, Saprinal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi: Sukses Menuju Skripsi*, Medan: UMSU Press, 2014, hlm. 80.

- Total skor ganji dengan total skor genap dikorelasikan dengan statistic korelasi *product moment* (r).
- Masukkan nilai korelasi ke dalam rumus *Spearman Brown*

$$r_i = \frac{2r}{1+r}$$

- Dapat ditarik kesimpulan jika $r_i \geq 0.6$ maka instrument reliable.

b. Teknik *Cronbach Alpha*

Penggunaan Teknik *Cronbach Alpha* dapat dilakukan dengan program komputer SPSS. Pengambilan skor hanya pada instrument yang valid. Jika nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach Alpha*) ≥ 0.6 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa instrument tersebut merupakan instrument yang reliabel. Menurut Arikunto (2002) pada buku Azuar Juliandi, dkk bahwa nilai reliabilitas dapat juga dilihat dengan membandingkan nilai koefisien reliabel dengan r tabel. Jika nilai koefisien reliabel lebih besar dari r tabel maka dapat disimpulkan suatu instrument tersebut adalah reliabel.¹⁰⁰

Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *cronbach alpha* dengan program

¹⁰⁰ Azuar Juliandi, Ifar, Saprianal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi: Sukses Menuju Skripsi*, Medan: UMSU Press, 2014, hlm.76-83.

computer SPSS agar dapat memudahkan peneliti dalam melakukan pengujian pada hasil penelitiannya.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas pada model regresi. Jika model regresi linier memenuhi beberapa asumsi klasik yaitu data residual terdistribusi normal, tidak ada multikolinearitas, dan heteroskedastisitas maka dapat disebut sebagai model regresi linier yang baik. Asumsi klasik harus terpenuhi agar penelitian dapat dipercaya dan diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias. Berikut adalah beberapa cara yang dapat dilakukan :¹⁰¹

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Beberapa metode uji normalitas adalah sebagai berikut :

a. Metode grafik

Metode ini dilakukan dengan cara melihat penyebaran data sumber diagonal pada grafik

¹⁰¹ Rochmad Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bsinis dengan SPSS*, Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press, Cetakan ke Tiga 2017, hlm. 107

Normal P-P Plot of *regression standardized residual*.

Pengambilan keputusan dapat diketahui jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut adalah normal

b. Metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*

Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Pada penelitian ini, metode uji normalitas yang digunakan adalah metode uji One Sample Kolmogorov Smirnov.

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Antar variable independen memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variable bebas. Adanya multikolinearitas terdapat konsekuensi yaitu koefisien korelasi tidak tertentu dan terdapat kesalahan besar. Metode uji multikolinearitas adalah sebagai berikut :

- Membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2). Menggunakan pendekatan L.R. Klein dengan cara meregresi setiap variabel independen dengan variabel independen lainnya untuk

mengetahui nilai koefisien r^2 pada setiap variabel yang diregresikan. Kemudian nilai r^2 dibandingkan dengan nilai koefisien determinasi R^2 . Jika $r^2 > R^2$ maka terjadi multikolinearitas dan jika $r^2 < R^2$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

- Melihat nilai tolerance dan inflation factor (VIF) pada model regresi. Apabila nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0.1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Penelitian ini menggunakan uji multikolinearitas dengan metode melihat nilai tolerance dan inflation factor (VIF) pada model regresi.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan dalam model regresi. Berikut adalah macam-macam uji heteroskedastisitas :

- Metode korelasi Spearman's rho

Teknik mengkorelasikan variabel independen dengan residualnya. Jika korelasi antar variabel independen dengan residual mempunyai signifikansi lebih dari 0.05 maka dikatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

- Metode grafik *scatterplot* (melihat pola titik-titik pada grafik regresi)

Jika titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur (melebar kemudian menyempit, gelombang) maka dapat ditarik kesimpulan terjadi heteroskedastisitas. Namun jika pola titik-titik tidak jelas maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁰²

Dalam hal ini peneliti menggunakan metode melihat nilai signifikansi jika lebih dari 0.05 maka dikatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.9 Hasil Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji t_{test} (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara sendiri-sendiri/individual. Pengujian ini dilakukan secara parsial untuk masing-masing variabel bebas dengan tingkat kepercayaan tertentu. Kita dapat menguji pengaruh positif variabel X terhadap variabel Y dengan kriteria uji H_0 ditolak jika $t > t_a$. Sebaliknya kita dapat melakukan uji negatif dengan

¹⁰² Rochmad Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bsinis dengan SPSS*, Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press, Cetakan ke Tiga 2017, hlm 109-129.

kriteria H_0 ditolak jika $t < -t_a$. Nilai signifikansi telah ditentukan sebelumnya bahwa $\alpha = 0.05$.

Pengaruh uji t juga dapat dilakukan menggunakan *software* SPSS. Penarikan kesimpulan dapat dilihat pada output *coefficient* kolom t hitung baris variabel X dan kolom Sig. Jika $\text{Sig} < \alpha$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya.¹⁰³ Peneliti menggunakan program komputer untuk melakukan uji t pada setiap variabel independen.

3.9.2 Uji F_{test} (Uji Pengaruh Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen (X) secara bersama dapat mempengaruhi variabel dependen (Y). Jika H_0 diterima maka dapat ditarik kesimpulan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y . sebaliknya, jika H_0 ditolak maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y . Taraf signifikansi α yang ditetapkan adalah 0.05. Uji F dapat dilihat kesimpulannya dari perbandingan F hitung dan F tabel. H_0 ditolak jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ sedangkan H_0 diterima jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$.

¹⁰³ Suyono, *Analisis Regresi untuk Penelitian*, Yogyakarta: Deepublish, 2018, hlm. 71-74.

Pengujian pengaruh variabel X terhadap variabel Y juga dapat dilakukan dengan program komputer SPSS. Penarikan kesimpulan uji F ini dapat dilihat dengan cara membandingkan kolom Sig dengan taraf signifikansi α yang telah ditentukan sebelumnya. Ketentuannya adalah H_0 ditolak jika $\text{Sig} < \alpha$ dan H_0 diterima jika $\text{Sig} > \alpha$.¹⁰⁴ Dalam penelitian ini untuk melakukan uji F peneliti menggunakan bantuan program komputer SPSS.

3.9.3 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji R^2 digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X). Koefisien determinasi mengukur tingkat ketepatan variabel X terhadap variabel Y. Nilai $0 \leq R^2 \leq 1$ dapat dijelaskan sebagai berikut :

- $R^2 = 0$ dapat diartikan tidak ada hubungan antara X dan Y
- $R^2 = 1$ dapat diartikan jika terdapat hubungan antara X dan Y

Semakin dekat R^2 dengan nilai 1 maka semakin cocok garis regresi yang terbentuk untuk variabel Y. Perlu diperhatikan bahwa semakin banyak variabel

¹⁰⁴ Suyono, *Analisis Regresi untuk Penelitian*, Yogyakarta: Deepublish, 2018, hlm. 66.

penjelas maka semakin meningkat nilai R^2 .¹⁰⁵ Melalui koefisien detrmnasi dapat diketahui seberapa jauh suatu variabel bebas menentukan sebuah variabel terikat. Nilai koefisien determinasi terletak antara nol dan satu. Kesimpulan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat di sajikan dalam bentuk persentase.¹⁰⁶

3.10 Interpretasi Persamaan Penelitian

Interpretasi adalah pendapat, makna atau pandangan teoritis terhadap suatu fakta. Proses pembentukan interpretasi merupakan hasil dari penafsiran data / informasi yang diperoleh. Hasil dari penafsiran tersebut tertuang dalam kesimpulan. Pemahaman makna data hasil penelitian memerlukan sebuah interpretasi. Data yang diperoleh tidak bermakna jika tidak terstruktur dengan baik. Data selanjutnya dikategorikan menjadi bagian yang jelas dan bermakna, dibandingkan persamaan atau perbedaannya, dianalisis sehingga muncul pertanyaan tentang fenomena tertentu yang dihasilkan dari data tersebut.

Interpretasi berkaitan dengan analisis dan hal tersebut tidak dapat dipisahkan. Setelah melakukan pengumpulan dan analisis data selanjutnya peneliti memberi makna pada data yang diperoleh dan diikuti dengan penulisan laporan. Melalui

¹⁰⁵ Dergibson Siagian Sugiarto, *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006, hlm.259.

¹⁰⁶ Purbayu Budi Santosa, Muliawan Hamdani, *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*, Penerbit Erlangga, 2007, Hlm.256

interpretasi peneliti dapat mengetahui ada atau tidaknya hubungan dan proses yang terjadi pada sebuah penelitiannya. Peneliti menjelaskan hasil penelitian yang diperoleh dengan jelas sehingga dapat dibandingkan dengan hasil penelitian lain.¹⁰⁷

3.11 Alat Analisis

Penelitian ini merupakan data kuantitatif dimana analisis data mengandung angka-angka atau numeric tertentu. Analisis data kuantitatif pada umumnya digunakan pada saat peneliti menggunakan pendekatan penelitian survey, penelitian eksperimen, penelitian kuantitatif dan sebagainya yang mengandung data-data berupa angka.¹⁰⁸ Oleh karena itu mudah untuk diaplikasikan ke dalam olah data SPSS.

SPSS adalah sebuah program komputer yang digunakan untuk membuat analisis statistika. SPSS merupakan paket program pengolahan dan menganalisis data, maka sebelum menjalankan program ini terlebih dahulu mempersiapkan data yang akan diolah dan dianalisis. SPSS dapat membaca berbagai jenis masukan data secara langsung. Hasil-hasil analisis muncul

¹⁰⁷ Kris H.Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017, Hlm.106-111

¹⁰⁸ Azuar Juliandi, Ifar, Saprianal Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi: Sukses Menuju Skripsi*, Medan: UMSU Press, 2014, hlm.85.

dalam SPSS Output Navigatori.¹⁰⁹ Dalam penelitian ini program SPSS yang digunakan adalah SPSS 21.0. Analisis ini memberikan gambaran tentang suatu data yang selanjutnya akan diinterpretasikan dalam pembahasan.

¹⁰⁹ Rochmad Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bsinis dengan SPSS*, Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press, Cetakan ke Tiga 2017, hlm. 21-24.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Penelitian ini data diperoleh dengan menyebarkan langsung kuesioner kepada responden masyarakat perkotaan (Kecamatan Pati) dan pedesaan (Kecamatan Gabus).

4.2 Deskripsi Responden

Responden penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Pati dan Kecamatan Gabus yang dipilih secara acak oleh peneliti. Adapun rincian deskripsi responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Masyarakat Pedesaan

NO	Kriteria	Jumlah	Persentase
1	Jenis Kelamin :		
	a. Laki-Laki	48	48%
	b. Perempuan	52	52%
Total Responden		100	100%
2	Agama :		
	a. Islam	99	99%
	b. Kristen	1	1%
Total Responden		100	100%

3	Pendidikan Terakhir :		
	a. Diploma/Sarjana	28	28%
	b. SD/MI	39	39%
	c. SMA/SMK/MA	25	25%
	d. SMP/MTS	8	8%
Total Responden		100	100%
4	Pekerjaan		
	a. Guru Swasta	10	10%
	b. Ibu Rumah Tangga	21	21%
	c. Karyawan Swasta	19	19%
	d. Pedagang	7	7%
	e. Pelajar/Mahasiswa	4	4%
	f. Pengangguran	2	2%
	g. Penjahit	2	2%
	h. Perangkat Desa	1	1%
	i. Petani	15	15%
	j. PNS	1	1%
	k. PRT	1	1%
	l. Sopir	1	1%
	m. Swasta	15	15%
	n. Tukang Kayu	1	1%
Total Responden		100	100%
5	Usia :		

	a. 20-30 Tahun	13	13%
	b. 31-40 Tahun	17	17%
	c. 41-50 Tahun	32	32%
	d. >50 Tahun	38	38%
Total Responden		100	100%
6	Penggunaan Jasa		
	a. Ya	28	28%
	b. Tidak	72	72%
Total Responden		100	100%

Dari 100 kuesioner yang diolah, gambaran umum mengenai responden yang terperinci dapat dilihat pada table 4.1. Pada responden masyarakat pedesaan, dilihat dari jenis kelamin, laki-laki 48 orang responden atau sekitar 48% dan perempuan 52 orang responden atau sekitar 52%, artinya sebagian besar responden pada masyarakat pedesaan di Kecamatan Gabus adalah perempuan atau sekitar 52%. Dilihat dari segi agama, mayoritas responden beragama Islam dengan jumlah 99 atau sekitar 99% dan terpadat 1 orang responden yang beragama Kristen. Sedangkan dari segi pendidikan, dari total 100 responden di Kecamatan Gabus mayoritas memiliki pendidikan terakhir SD/MI dengan jumlah 39 orang responden atau sekitar 39%, sedangkan Diploma/Sarjana 28 orang responden atau

sekitar 28%, SMA/SMK/MA 25 orang responden atau sekitar 25% dan SMP/MTS 8 orang responden atau sekitar 8%.

Dilihat dari segi pekerjaan, terdapat 10 orang responden guru swasta atau sekitar 10%, 21 orang responden sebagai ibu rumah tangga atau sekitar 21%, 19 orang responden atau 19% sebagai karyawan swasta, 7 orang responden yang bekerja sebagai pedagang atau sekitar 7%, pelajar/mahasiswa berjumlah 4 orang responden atau sekitar 4%, terdapat 2 orang responden atau 2% sebagai pengangguran, 2 orang responden yang bekerja sebagai penjahit atau sekitar 2%, 1 orang responden sebagai perangkat desa atau sekitar 1%, 15 orang responden yang bekerja sebagai petani atau sekitar 15%, 1 orang responden atau 1% sebagai PNS, 1 orang responden atau 1% sebagai PRT, 1 orang responden bekerja sebagai sopir atau sekitar 1%, terdapat 15 orang responden atau sekitar 15% sebagai wiraswasta, dan 1 orang responden atau 1% sebagai tukang kayu. Dengan demikian dari total 100 responden masyarakat di Kecamatan Gabus mayoritas sebagai ibu rumah tangga.

Dilihat dari segi usia, mayoritas responden berada pada kisaran usia lebih dari 50 tahun terdapat 38 orang responden atau sekitar 38%, sedangkan usia kisaran 20 sampai 30 tahun terdapat 13 orang responden atau sekitar 13%, 17 orang responden atau sekitar 17% berada pada usia kisaran 30 sampai 40 tahun, dan usia kisaran 41 sampai 50 tahun terdapat 32 orang responden atau

sekitar 32%. Sedangkan dilihat dari penggunaan jasa perbankan syariah oleh responden, mayoritas masyarakat pedesaan tidak menggunakan jasa bank syariah dengan jumlah 72 orang responden atau sekitar 72%. Dan terdapat 28 orang responden atau 28% yang menggunakan jasa perbankan syariah.

Tabel 4.2

Deskripsi Responden Masyarakat Perkotaan

NO	Kriteria	Jumlah	Persentase
1	Jenis Kelamin :		
	a. Laki-Laki	34	34%
	b. Perempuan	66	66%
	Total Responden	100	100%
2	Agama :		
	a. Islam	97	97%
	b. Kristen	3	3%
	Total Responden	100	100%
3	Pendidikan Terakhir :		
	a. Diploma/Sarjana	37	37%
	b. SD/MI	1	1%
	c. SMA/SMK/MA	58	58%
	d. SMP/MTS	4	4%
	Total Responden	100	100%
4	Pekerjaan		

	a. Guru	9	9%
	b. Ibu Rumah Tangga	18	18%
	c. Karyawan Swasta	24	24%
	d. KPU	1	1%
	e. Pedagang	3	3%
	f. Pegawai Pajak	1	1%
	g. Pegawai Pos	2	2%
	h. Pelajar/Mahasiswa	4	4%
	i. Pensiunan	3	3%
	j. Perangkat Desa	1	1%
	k. PNS	7	7%
	l. Polri	4	4%
	m. Seniman	1	1%
	n. Tata Usaha	1	1%
	o. Wiraswasta	21	21%
Total Responden		100	100%
5	Usia :		
	a. 20-30 Tahun	23	23%
	b. 31-40 Tahun	41	41%
	c. 41-50 Tahun	22	22%
	d. >50 Tahun	14	14%
Total Responden		100	100%
6	Penggunaan Jasa		

	a. Ya	37	37%
	b. Tidak	63	63%
Total Responden		100	100%

Dari 100 kuesioner yang diolah, gambaran umum responden masyarakat perkotaan di Kecamatan Pati secara terinci dapat dilihat pada table 4.2, dari jenis kelamin terdapat 66 orang responden atau sekitar 66% perempuan dan 34 orang responden atau sekitar 34% laki-laki, sehingga mayoritas responden masyarakat perkotaan adalah perempuan sekitar 66%. Dilihat dari segi agama, agama Islam terdapat 97 orang responden atau sekitar 97% sedangkan agama Kristen terdapat 3 orang responden atau sekitar 3%. Dilihat dari segi pendidikan, mayoritas responden masyarakat perkotaan mempunyai pendidikan terakhir dijenjang SMA/SMK/MA yang terdapat 58 orang responden atau sekitar 58%, sedangkan Diploma/Sarjana terdapat 37 orang responden atau sekitar 37%, SMP/MTS terdapat 4 orang responden atau sekitar 4% dan pendidikan terakhir SD terdapat 1 orang responden atau sekitar 1%.

Dilihat dari segi pekerjaan, responden yang bekerja sebagai guru terdapat 9 orang atau sekitar 9%, 18 orang responden atau sekitar 18% bekerja sebagai ibu rumah tangga, 24 orang responden atau sekitar 24% yang bekerja sebagai karyawan

swasta. Sedangkan yang bekerja sebagai pegawai KPU, pegawai pajak, perangkat desa, seniman, tata usaha masing-masing terdapat 1 orang responden. Pegawai pos terdapat 2 orang responden atau sekitar 2% , 4 orang responden atau sekitar 4% sebagai pelajar/mahasiswa, terdapat pensiunan 3 orang responden atau sekitar 3%, 7 orang responden atau sekitar 7% yang bekerja sebagai PNS, sedangkan Polri terdapat 4 orang responden atau sekitar 4% dan terdapat 21 orang responden atau sekitar 21% yang bekerja sebagai wiraswasta. Jadi dari 100 responden, mayoritas responden masyarakat perkotaan yang terdapat di Kecamatan Pati bekerja sebagai karyawan swasta yaitu sekitar 24 orang responden atau 24% .

Dilihat dari segi usia, responden masyarakat di Kecamatan Pati berada pada kisaran usia 31 sampai 40 tahun yaitu terdapat 41 orang responden atau sekitar 41%, usia kisaran 20 sampai 30 tahun terdapat 23 orang responden atau sekitar 23%, sedangkan usia kisaran 41 sampai 50 tahun terdapat 22 orang responden atau sekitar 22% dan usia lebih dari 50 terdapat 14 orang responden atau sekitar 14%. Dilihat dari penggunaan jasa perbankan syariah, dari 100 responden mayoritas tidak menggunakan jasa perbankan syariah yaitu terdapat 63 orang responden atau sekitar 63% dan yang menggunakan jasa perbankan syariah terdapat 37 orang responden atau sekitar 37%.

4.3 Gambaran Umum Tentang Kecamatan Gabus dan Kecamatan Pati

4.3.1 Gambaran Umum Kecamatan Gabus

Kecamatan Gabus terletak 10km ke Selatan dari ibukota Kabupaten Pati. Adapun batas wilayah Kecamatan Gabus adalah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara : Kecamatan Pati
- b. Sebelah Timur : Kecamatan Winong
- c. Sebelah Selatan : Kecamatan Tambakromo
- d. Sebelah Barat : Kecamatan Kayen

Luas wilayah Kecamatan Gabus mencapai 5.551 ha terdiri dari lahan sawah 3.977 ha, lahan pertanian bukan sawah 108 ha dan lahan bukan sawah 1.466 ha. Kecamatan Gabus terdiri dari 24 desa 401 RT dan 76 RW. Sebagian penduduknya berusaha dibidang pertanian, usaha industri kapuk randu serta konveksi pakaian jadi, menjadi buruh di berbagai industri yang terdapat di kota Pati, dan sebagian menjadi perantau di daerah lain bahkan luar negeri.¹ Dengan proyeksi penduduk pada tahun 2018 berjumlah 52,750 jiwa. Penduduk terdiri dari berbagai macam agama namun mayoritas memeluk agama Islam.

¹ Suraji, *Kecamatan Gabus dalam Angka 2018*, BPS Kabupaten Pati, hlm.3

4.3.2 Gambaran Umum Kecamatan Pati

Kecamatan Pati merupakan salah satu kecamatan yang terletak di jantung ibukota Kabupaten Pati tepatnya terletak 0km dari kota Pati. Batas-batas wilayah Kecamatan adalah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara : Kecamatan Wedarijaksa
- b. Sebelah Selatan : Kecamatan Gabus
- c. Sebelah Timur : Kecamatan Juwana
- d. Sebelah Barat : Kecamatan Margorejo

Luas wilayah Kecamatan Pati mencapai 4.249 ha yang terdiri dari 2.588 ha lahan pertanian sawah, 270 ha lahan pertanian bukan sawah dan 1.421 ha lahan bukan pertanian. Kecamatan Pati terdiri dari 29 desa, 570 RT, 100 RW dan 66 dukuh. Semua desa/kelurahan sudah menjadi desa swasembada. Proyeksi penduduk masyarakat Kecamatan Pati pada tahun 2018 berjumlah 108,150 jiwa. Mayoritas penduduk beragama Islam.

4.4 Statistik Deskriptif

Data yang ditabulasi adalah sesuai dengan jawaban responden atas pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Pernyataan-pernyataan tersebut diberi skor dari 1-5 yang menunjukkan tingkat setuju atau tidaknya dalam memilih jawaban. Pernyataan tersebut berhubungan antara pengetahuan,

sosialisasi dan letak terhadap minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat pedesaan dan perkotaan. Data hasil tabulasi diolah dengan menggunakan SPSS 21 yang menghasilkan deskriptif statistic sebagai berikut:

4.4.1 Variabel Pengetahuan

- a. Statistik Deskriptif Variabel Pengetahuan Masyarakat Pedesaan

Tabel 4.3
Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan
Masyarakat Pedesaan
PENGETAHUAN

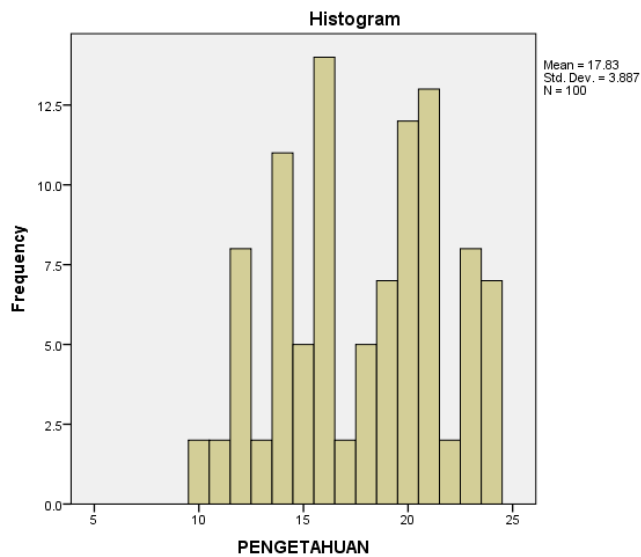
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
10	2	2.0	2.0	2.0
11	2	2.0	2.0	4.0
12	8	8.0	8.0	12.0
13	2	2.0	2.0	14.0
Valid 14	11	11.0	11.0	25.0
15	5	5.0	5.0	30.0
16	14	14.0	14.0	44.0
17	2	2.0	2.0	46.0
18	5	5.0	5.0	51.0
19	7	7.0	7.0	58.0

20	12	12.0	12.0	70.0
21	13	13.0	13.0	83.0
22	2	2.0	2.0	85.0
23	8	8.0	8.0	93.0
24	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Gambar 4.1

**Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan
Masyarakat Pedesaan**



Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Dari hasil angket pengetahuan tentang bank syariah pada masyarakat pedesaan tersebut, peneliti membatasi deskripsi datanya dengan tiga kriteria sebagai berikut :

Tabel 4.4

**Deskripsi Pengetahuan Tentang Bank Syariah
Pada Masyarakat di Kecamatan Gabus (Pedesaan)**

No	Kriteria	Interval	Frekuensi	Prosentase
1	Rendah	10-14	25	25%
2	Sedang	15-19	33	33%
3	Tinggi	20-24	42	42%
Total			100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Tabel diatas dapat dikatakan bahwa dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 25% responden memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah dengan kriteria rendah. Sedangkan 33% responden memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah dengan kriteria sedang dan 42% responden memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah dengan kriteria tinggi.

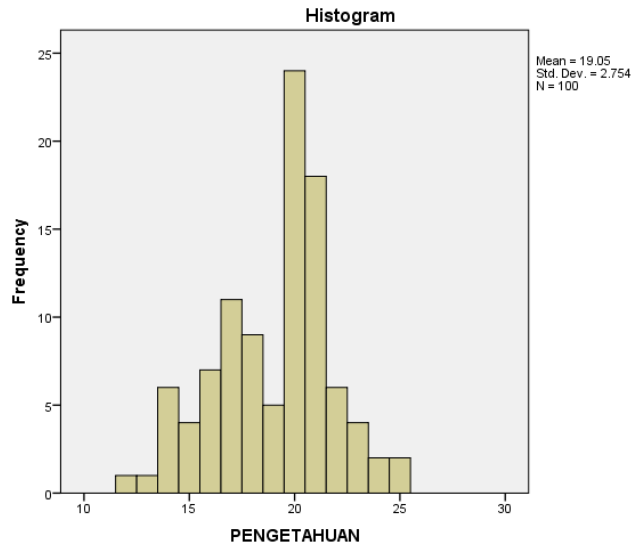
- b. Statistik Deskriptif Variabel Pengetahuan Masyarakat Perkotaan

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan
Masyarakat Perkotaan
PENGETAHUAN

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
12	1	1.0	1.0	1.0
13	1	1.0	1.0	2.0
14	6	6.0	6.0	8.0
15	4	4.0	4.0	12.0
16	7	7.0	7.0	19.0
17	11	11.0	11.0	30.0
18	9	9.0	9.0	39.0
19	5	5.0	5.0	44.0
Valid 20	24	24.0	24.0	68.0
21	18	18.0	18.0	86.0
22	6	6.0	6.0	92.0
23	4	4.0	4.0	96.0
24	2	2.0	2.0	98.0
25	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Gambar 4.2
Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan
Masyarakat Perkotaan



Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Dari hasil angket pengetahuan tentang bank syariah pada masyarakat perkotaan tersebut, peneliti membatasi deskripsi datanya dengan tiga kriteria sebagai berikut :

Tabel 4.6
Deskripsi Pengetahuan Tentang Bank Syariah Pada
Masyarakat di Kecamatan Pati (Perkotaan)

No	Kriteria	Interval	Frekuensi	Prosentase
1	Rendah	12-16	19	19%
2	Sedang	17-21	67	67%
3	Tinggi	22-25	14	14%
Total			100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Tabel diatas dapat dikatakan bahwa dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 19% responden memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah dengan kriteria rendah. Sedangkan 67% responden memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah dengan kriteria sedang dan 14% responden memiliki pengetahuan tentang perbankan syariah dengan kriteria tinggi.

4.4.2 Variabel Sosialisasi

- a. Statistik Deskriptif Variabel Sosialisasi Masyarakat Pedesaan

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Variabel Sosialisasi Masyarakat
Pedesaan
SOSIALISASI

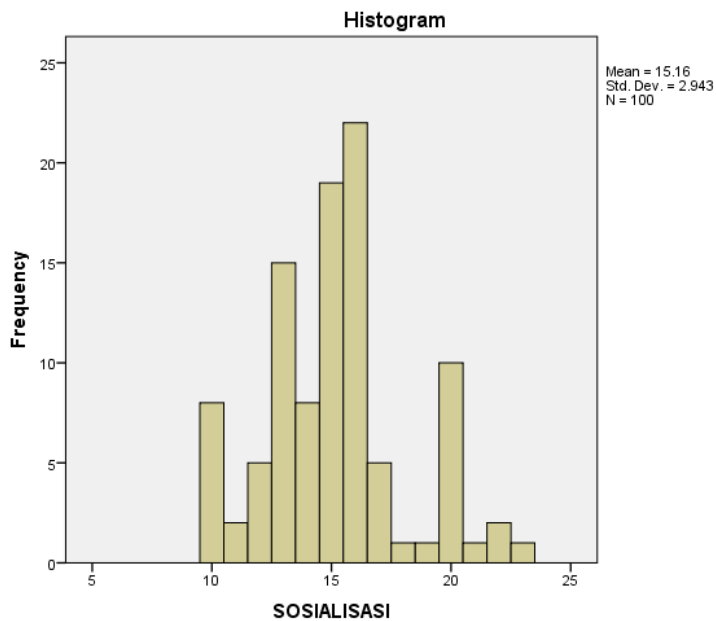
	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
10	8	8.0	8.0	8.0
11	2	2.0	2.0	10.0
12	5	5.0	5.0	15.0
13	15	15.0	15.0	30.0
14	8	8.0	8.0	38.0
15	19	19.0	19.0	57.0
16	22	22.0	22.0	79.0
Valid 17	5	5.0	5.0	84.0
18	1	1.0	1.0	85.0
19	1	1.0	1.0	86.0
20	10	10.0	10.0	96.0
21	1	1.0	1.0	97.0
22	2	2.0	2.0	99.0
23	1	1.0	1.0	100.0

Tot	100	100.0	100.0
al			

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Gambar 4.3

**Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Sosialisasi
Masyarakat Pedesaan**



Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Dari hasil angket sosialisasi tentang bank syariah pada masyarakat pedesaan tersebut, peneliti membatasi deskripsi datanya dengan tiga kriteria sebagai berikut :

Tabel 4.8
Deskripsi Sosialisasi Tentang Bank Syariah Pada
Masyarakat di Kecamatan Gabus (Pedesaan)

No	Kriteria	Interval	Frekuensi	Prosentase
1	Rendah	10-14	38	38%
2	Sedang	15-19	48	48%
3	Tinggi	20-23	14	14%
Total			100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Tabel diatas dapat dikatakan bahwa dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 38% responden mendapatkan sosialisasi tentang perbankan syariah dengan kriteria rendah. Sedangkan 48% responden mendapatkan sosialisasi tentang perbankan syariah dengan kriteria sedang dan 14% responden mendapatkan sosialisasi tentang perbankan syariah dengan kriteria tinggi.

- b. Statistik Deskriptif Variabel Sosialisasi Masyarakat Perkotaan

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Variabel Sosialisasi Masyarakat
Perkotaan
SOSIALISASI

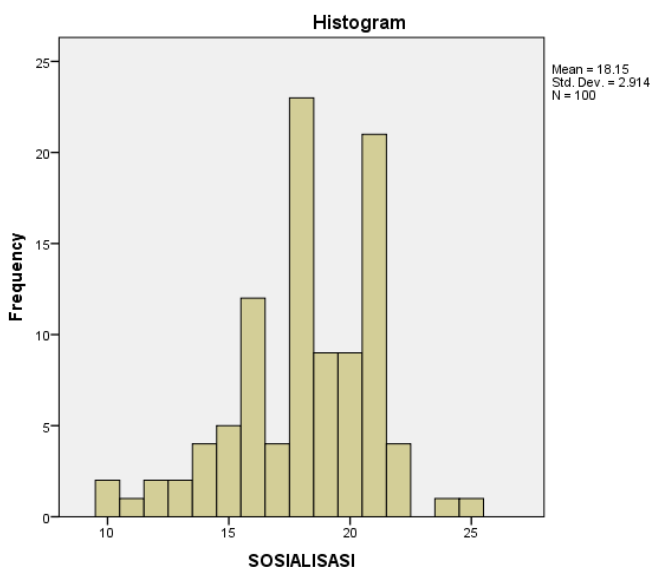
	Frequenc y	Percen t	Valid Percent	Cumulative Percent
10	2	2.0	2.0	2.0
11	1	1.0	1.0	3.0
12	2	2.0	2.0	5.0
13	2	2.0	2.0	7.0
14	4	4.0	4.0	11.0
15	5	5.0	5.0	16.0
16	12	12.0	12.0	28.0
Valid 17	4	4.0	4.0	32.0
18	23	23.0	23.0	55.0
19	9	9.0	9.0	64.0
20	9	9.0	9.0	73.0
21	21	21.0	21.0	94.0
22	4	4.0	4.0	98.0
24	1	1.0	1.0	99.0
25	1	1.0	1.0	100.0

To	100	100.0	100.0
tal			

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Gambar 4.4

Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Sosialisasi Masyarakat Perkotaan



Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Dari hasil angket sosialisasi tentang bank syariah pada masyarakat perkotaan tersebut, peneliti membatasi deskripsi datanya dengan tiga kriteria sebagai berikut :

Tabel 4.10
Deskripsi Sosialisasi Tentang Bank Syariah Pada
Masyarakat di Kecamatan Pati (Perkotaan)

No	Kriteria	Interval	Frekuensi	Prosentase
1	Rendah	10-14	11	11%
2	Sedang	15-19	53	53%
3	Tinggi	20-25	36	36%
Total			100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Tabel diatas dapat dikatakan bahwa dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 11% responden mendapatkan sosialisasi tentang perbankan syariah dengan kriteria rendah. Sedangkan 53% responden mendapatkan sosialisasi tentang perbankan syariah dengan kriteria sedang dan 36% responden mendapatkan sosialisasi tentang perbankan syariah dengan kriteria tinggi.

4.4.3 Variabel Letak Bank Syariah

- a. Statistik Deskriptif Variabel Letak Bank Syariah Masyarakat Pedesaan

Tabel 4.11
Distribusi Frekuensi Variabel Letak Bank Syariah
Pada Masyarakat Pedesaan
LETAK_BANK_SYARIAH

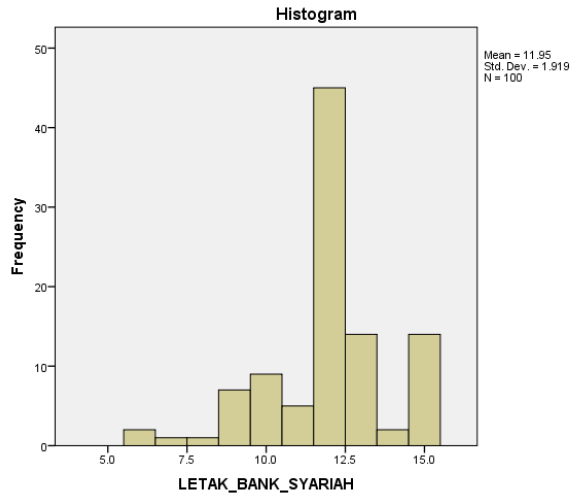
	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
6	2	2.0	2.0	2.0
7	1	1.0	1.0	3.0
8	1	1.0	1.0	4.0
9	7	7.0	7.0	11.0
10	9	9.0	9.0	20.0
11	5	5.0	5.0	25.0
Valid 11	45	45.0	45.0	70.0
12				
13	14	14.0	14.0	84.0
14	2	2.0	2.0	86.0
15				
16	14	14.0	14.0	100.0
17				

T	100	100.0	100.0
ot			
al			

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Gambar 4.5

Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Letak Bank Syariah Pada Masyarakat Pedesaan



Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Dari hasil angket tentang letak bank syariah pada masyarakat pedesaan tersebut, peneliti membatasi deskripsi datanya dengan tiga kriteria sebagai berikut :

Tabel 4.12
Deskripsi Tentang Letak Bank Syariah Pada
Masyarakat
di Kecamatan Gabus (Pedesaan)

No	Kriteria	Interval	Frekuensi	Prosentase
1	Rendah	6-8	4	4%
2	Sedang	9-11	21	21%
3	Tinggi	12-15	75	75%
Total			100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Tabel diatas dapat dikatakan bahwa dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 4% responden mengetahui letak bank syariah dengan kriteria rendah. Sedangkan 21% responden mengetahui letak bank syariah dengan kriteria sedang dan 75% responden mengetahui letak bank syariah dengan kriteria tinggi.

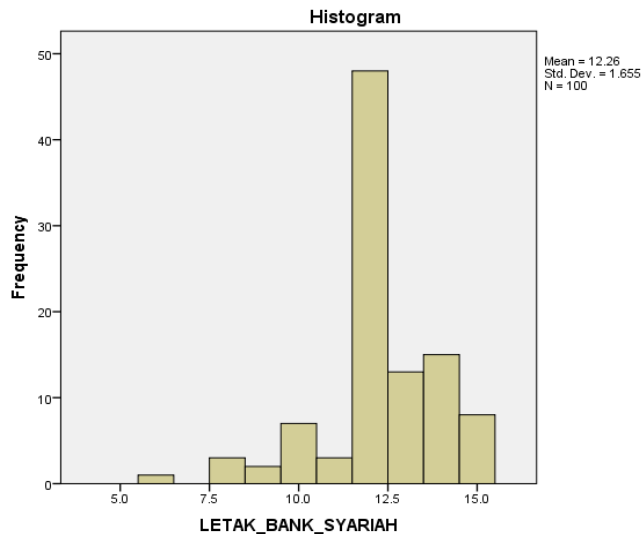
- b. Statistik Deskriptif Variabel Letak Bank Syariah Masyarakat Perkotaan

Tabel 4.13
Distribusi Frekuensi Variabel Letak Bank Syariah
Pada Masyarakat Perkotaan
LETAK_BANK_SYARIAH

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
6	1	1.0	1.0	1.0
8	3	3.0	3.0	4.0
9	2	2.0	2.0	6.0
10	7	7.0	7.0	13.0
11	3	3.0	3.0	16.0
Valid 12	48	48.0	48.0	64.0
13	13	13.0	13.0	77.0
14	15	15.0	15.0	92.0
15	8	8.0	8.0	100.0
To tal	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Gambar 4.6
Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Letak
Bank Syariah Pada Masyarakat Perkotaan



Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Dari hasil angket tentang letak bank syariah pada masyarakat perkotaan tersebut, peneliti membatasi deskripsi datanya dengan tiga kriteria sebagai berikut :

Tabel 4.14
Deskripsi Tentang Letak Bank Syariah Pada Masyarakat
di Kecamatan Pati (Perkotaan)

No	Kriteria	Interval	Frekuensi	Prosentase
1	Rendah	6-8	4	4%

2	Sedang	9-11	12	12%
3	Tinggi	12-15	84	84%
Total			100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Tabel diatas dapat dikatakan bahwa dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 4% responden mengetahui letak bank syariah dengan kriteria rendah. Sedangkan 12% responden mengetahui letak bank syariah dengan kriteria sedang dan 84% responden mengetahui letak bank syariah dengan kriteria tinggi.

4.4.4 Variabel Minat

- Statistik Deskriptif Variabel Minat Pada Masyarakat Pedesaan

Tabel 4.15

Distribusi Frekuensi Variabel Minat Pada

Masyarakat Pedesaan

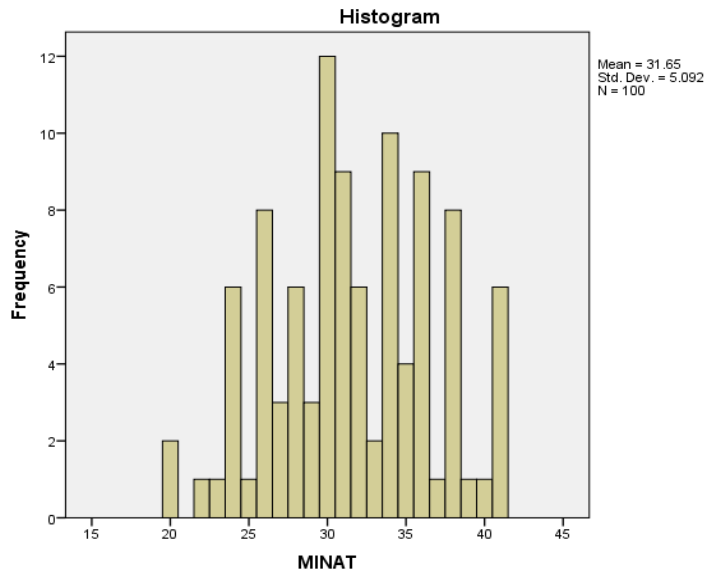
MINAT

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20	2	2.0	2.0	2.0
Valid 22	1	1.0	1.0	3.0
23	1	1.0	1.0	4.0

24	6	6.0	6.0	10.0
25	1	1.0	1.0	11.0
26	8	8.0	8.0	19.0
27	3	3.0	3.0	22.0
28	6	6.0	6.0	28.0
29	3	3.0	3.0	31.0
30	12	12.0	12.0	43.0
31	9	9.0	9.0	52.0
32	6	6.0	6.0	58.0
33	2	2.0	2.0	60.0
34	10	10.0	10.0	70.0
35	4	4.0	4.0	74.0
36	9	9.0	9.0	83.0
37	1	1.0	1.0	84.0
38	8	8.0	8.0	92.0
39	1	1.0	1.0	93.0
40	1	1.0	1.0	94.0
41	6	6.0	6.0	100.0
Tot al	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Gambar 4.7
Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Minat Pada
Masyarakat Pedesaan



Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Dari hasil angket tentang minat pada masyarakat pedesaan tersebut, peneliti membatasi deskripsi datanya dengan tiga kriteria sebagai berikut :

Tabel 4.16
Deskripsi Tentang Minat Masyarakat
di Kecamatan Gabus (Pedesaan)

No	Kriteria	Interval	Frekuensi	Prosentase
1	Rendah	20-26	19	19%
2	Sedang	27-33	41	41%
3	Tinggi	34-41	40	40%
Total			100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Tabel diatas dapat dikatakan bahwa dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 19% responden memiliki minat menjadi nasabah bank syariah dengan kriteria rendah. Sedangkan 41% responden memiliki minat menjadi nasabah bank syariah dengan kriteria sedang dan 40% responden memiliki minat menjadi nasabah bank syariah dengan kriteria tinggi.

- b. Statistik Deskriptif Variabel Minat Pada Masyarakat Perkotaan

Tabel 4.17
Distribusi Frekuensi Variabel Minat Pada
Masyarakat Perkotaan
MINAT

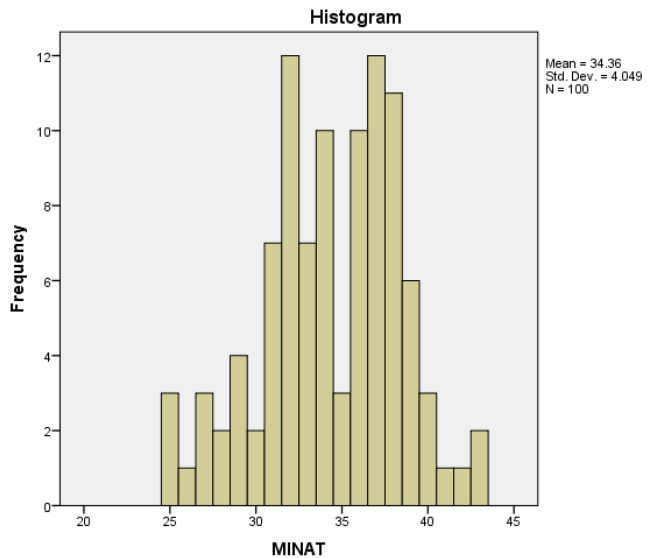
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
25	3	3.0	3.0	3.0
26	1	1.0	1.0	4.0
27	3	3.0	3.0	7.0
28	2	2.0	2.0	9.0
29	4	4.0	4.0	13.0
30	2	2.0	2.0	15.0
31	7	6.9	7.0	22.0
32	12	12.0	12.0	34.0
33	7	7.0	7.0	41.0
34	10	10.0	10.0	51.0
35	3	3.0	3.0	54.0
36	10	10.0	10.0	64.0
37	12	12.0	12.0	76.0
38	11	11.0	11.0	87.0
39	6	6.0	6.0	93.0
40	3	3.0	3.0	96.0

41	1	1.0	1.0	97.0
42	1	1.0	1.0	98.0
43	2	2.0	2.0	100.0
To	100	100	100.0	
tal				

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Gambar 4.8

Histogram Distribusi Frekuensi Variabel Minat Pada Masyarakat Perkotaan



Sumber: Data Primer yang diperoleh, 2019

Dari hasil angket tentang minat pada masyarakat perkotaan tersebut, peneliti membatasi deskripsi datanya dengan tiga kriteria sebagai berikut :

Tabel 4.16
Deskripsi Tentang Minat Masyarakat
di Kecamatan Pati (Perkotaan)

No	Kriteria	Interval	Frekuensi	Prosentase
1	Rendah	25-30	15	15%
2	Sedang	31-36	49	49%
3	Tinggi	37-43	36	36%
Total			100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Tabel diatas dapat dikatakan bahwa dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 15% responden memiliki minat menjadi nasabah bank syariah dengan kriteria rendah. Sedangkan 49% responden memiliki minat menjadi nasabah bank syariah dengan kriteria sedang dan 36% responden memiliki minat menjadi nasabah bank syariah dengan kriteria tinggi.

4.5 Pengujian Kualitas Data

4.5.1 Uji Validitas Data

Uji Validitas digunakan untuk menguji valid atau tidaknya suatu kuesioner. Dapat dikatakan valid jika korelasi dan skor total signifikan. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka item pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid. Berikut adalah hasil pengujian validitas data masyarakat Kecamatan Gabus dan Kecamatan Pati :

- a. Hasil Uji Validitas Masyarakat Kecamatan Gabus (Pedesaan)

Tabel 4.17

**Hasil Uji Validitas di Masyarakat Kecamatan Gabus
(Pedesaan)**

No	Kode Variabel		R Hitung	R Tabel	Ket
1	Pengetahuan (X1)	Q1	0,827	0,195	Valid
		Q2	0,898	0,195	Valid
		Q3	0,920	0,195	Valid
		Q4	0,819	0,195	Valid
		Q5	0,446	0,195	Valid
2	Sosialisas (X2)	Q1	0,720	0,195	Valid
		Q2	0,759	0,195	Valid
		Q3	0,550	0,195	Valid
		Q4	0,468	0,195	Valid

		Q5	0,733	0,195	Valid
3	Letak Bank Syariah (X3)	Q1	0,845	0,195	Valid
		Q2	0,878	0,195	Valid
		Q3	0,446	0,195	Valid
4	Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)	Q1	0,770	0,195	Valid
		Q2	0,791	0,195	Valid
		Q3	0,699	0,195	Valid
		Q4	0,560	0,195	Valid
		Q5	0,520	0,195	Valid
		Q6	0,821	0,195	Valid
		Q7	0,805	0,195	Valid
		Q8	0,564	0,195	Valid
		Q9	0,549	0,195	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat dilihat hasil pengujian validitas pada variable pengetahuan, sosialisasi, letak bank syariah dan minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat Kecamatan Gabus menunjukkan bahwa nilai r hitung keseluruhan indikator yang diuji bernilai positif dan lebih besar dari nilai r tabel. Hasil tersebut

menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan tersebut adalah valid.

- b. Hasil Uji Validitas Masyarakat Kecamatan Pati (Perkotaan)

Tabel 4.18
Hasil Uji Validitas di Masyarakat Kecamatan Pati
(Perkotaan)

No	Kode Variabel		R Hitung	R Tabel	Ket
1	Pengetahuan (X1)	Q1	0,600	0,195	Valid
		Q2	0,839	0,195	Valid
		Q3	0,814	0,195	Valid
		Q4	0,711	0,195	Valid
		Q5	0,308	0,195	Valid
2	Sosialisas (X2)	Q1	0,665	0,195	Valid
		Q2	0,677	0,195	Valid
		Q3	0,661	0,195	Valid
		Q4	0,538	0,195	Valid
		Q5	0,728	0,195	Valid
3	Letak Bank Syariah (X3)	Q1	0,792	0,195	Valid
		Q2	0,881	0,195	Valid
		Q3	0,848	0,195	Valid
4	Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah	Q1	0,759	0,195	Valid

	(Y)				
		Q2	0,661	0,195	Valid
		Q3	0,647	0,195	Valid
		Q4	0,634	0,195	Valid
		Q5	0,551	0,195	Valid
		Q6	0,687	0,195	Valid
		Q7	0,716	0,195	Valid
		Q8	0,610	0,195	Valid
		Q9	0,470	0,195	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat dilihat hasil pengujian validitas pada variable pengetahuan, sosialisasi, letak bank syariah dan minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat Kecamatan Pati menunjukkan bahwa nilai r hitung keseluruhan indikator yang diuji bernilai positif dan lebih besar dari nilai r tabel. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan tersebut adalah valid.

4.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Adapun uji reliabilitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Hasil Uji Reliabilitas Masyarakat Kecamatan Gabus (Pedesaan)

Tabel 4.19
Hasil Uji Reliabilitas Variabel di Masyarakat
Kecamatan Gabus (Pedesaan)

No	Kode Variabel	Cronbach's Alpha	R table	Ket
1	Pengetahuan (X1)	0,855	0,195	Reliabel
2	Sosialisasi (X2)	0,645	0,195	Reliabel
3	Letak Bank Syariah (X3)	0,548	0,195	Reliabel
4	Minat Menjadi Nasabah Bank syariah (Y)	0,847	0,195	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item baik dalam variabel X maupun Variabel Y memiliki koefisien alpha lebih besar daripada r table 0,195. Dengan demikian maka kuesioner pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

b. Hasil Uji Reliabilitas Masyarakat Kecamatan Pati
(Perkotaan)

Tabel 4.20

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel di Masyarakat
Kecamatan Pati (Perkotaan)**

No	Kode Variabel	Cronbach's Alpha	R table	Ket
1	Pengetahuan (X1)	0,690	0,195	Reliabel
2	Sosialisasi (X2)	0,641	0,195	Reliabel
3	Letak Bank Syariah (X3)	0,735	0,195	Reliabel
4	Minat Menjadi Nasabah Bank syariah	0,810	0,195	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item baik dalam variabel X maupun Variabel Y memiliki koefisien alpha lebih besar daripada r table 0,195. Dengan demikian maka kuesioner pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

4.6 Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas. Adapun hasil uji asumsi klasik tersebut adalah sebagai berikut :

4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data terdistribusi normal atau tidak.

a. Hasil Uji Normalitas Masyarakat Kecamatan Gabus

Tabel 4.21

**Hasil Uji Normalitas di Masyarakat Kecamatan
Gabus (Pedesaan)**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.70580121
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		.872
Asymp. Sig. (2-tailed)		.433

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,433 > 0,05$. Sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov smirno* diatas, menyatakan bahwa data diatas adalah berdistribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

b. Hasil Uji Normalitas Masyarakat Kecamatan Pati

Tabel 4.22

**Hasil Uji Normalitas di Masyarakat Kecamatan Pati
(Perkotaan)**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardi zed Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	3.13464188
	Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.060
	Negative	-.082

Kolmogorov-Smirnov Z	.823
Asymp. Sig. (2-tailed)	.508

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,508 > 0,05$. Sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov smirno* diatas, menyatakan bahwa data diatas adalah berdistribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

4.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independen. Adapun hasil uji multikolinearitas adalah sebagai berikut :

a. Hasil Uji Multikolinearitas Masyarakat Pedesaan

Tabel 4.23
Uji Multikolinearitas Masyarakat Pedesaan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.415	2.025		3.168	.002		
PENGETAHUAN	.880	.098	.672	8.938	.000	.521	1.921
SOSIALISASI	.079	.121	.045	.648	.519	.597	1.676
LETAK	.699	.159	.263	4.397	.000	.819	1.221

a. Dependent Variable: MINAT_MENJADI_NASABAH

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas hasil nilai *Tolerance* variabel pengetahuan adalah $0,521 > 0,10$ dan nilai VIF $1,921 < 10$ maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan variabel sosialisasi memiliki nilai *Tolerance* $0,597 > 0,10$ dan nilai VIF $1,676 < 10$ maka dapat dikatakan juga tidak terjadi multikolinearitas, dan variabel letak bank syariah memiliki nilai *Tolerance* $0,819 > 0,10$ dan

nilai VIF $1,221 < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Sehingga dapat disimpulkan antar variabel independen dalam model regresi ini tidak terdapat multikolinearitas.

b. Hasil Uji Multikolinearitas Masyarakat Perkotaan

Tabel 4.24

Uji Multikolinearitas Masyarakat Perkotaan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	15.585	3.068		5.081	.000		
1 PENGETHUMAN	.708	.146	.482	4.857	.000	.635	1.575
SOSIALISASI	.297	.142	.213	2.083	.040	.595	1.682
LETAK	-.008	.202	-.003	-.039	.969	.916	1.092

a. Dependent Variable: MINAT_MENJADI_NASABAH_BANK_SYARIAH

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas hasil nilai *Tolerance* variabel pengetahuan adalah $0,635 > 0,10$ dan nilai VIF $1,575 < 10$ maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan variabel

sosialisasi memiliki nilai *Tolerance* $0,595 > 0,10$ dan nilai VIF $1,682 < 10$ maka dapat dikatakan juga tidak terjadi multikolinearitas, dan variabel letak bank syariah memiliki nilai *Tolerance* $0,916 > 0,10$ dan nilai VIF $1,092 < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Sehingga dapat disimpulkan antar variabel independen dalam model regresi ini tidak terdapat multikolinearitas.

4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- a. Hasil Uji Heteroskedastisitas Masyarakat Pedesaan

Tabel 4.25

Uji Heteroskedastisitas Masyarakat Pedesaan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.145	1.296		2.427	.017
PENGETAHUAN	-.057	.063	-.126	-.905	.368
SOSIALISASI	-.043	.078	-.072	-.551	.583
LETAK	.048	.102	.052	.468	.641

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai signifikansi (Sig.) variable pengetahuan adalah 0,368, sedangkan variabel sosialisasi 0,583 dan variabel letak bank syariah 0,641 maka dapat disimpulkan dalam model regresi ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena seluruh variabel mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$.

b. Uji Heteroskedastisitas Masyarakat Perkotaan

Tabel 4.26**Uji Heteroskedastisitas Masyarakat Perkotaan****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.955	1.964		.996	.322
PENGETHUA	-.122	.093	-.165	-	.194
1 N				1.309	
SOSIALISASI	.041	.091	.058	.448	.655
LETAK	.163	.129	.132	1.261	.211

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai signifikansi (Sig.) variable pengetahuan adalah 0,194, sedangkan variabel sosialisasi 0,655 dan variabel letak bank syariah 0,211 maka dapat disimpulkan dalam model regresi ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena seluruh variabel mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$.

4.7 Interpretasi Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, untuk menentukan persamaan regresi yang terbentuk dalam penelitian ini, maka dapat diketahui dengan melihat tabel berikut:

a. Persamaan Regresi Masyarakat Pedesaan

Tabel 4.27
Hasil Uji Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.415	2.025		3.168	.002
1 AN PENGETAHU	.880	.098	.672	8.938	.000
SOSIALISASI	.079	.121	.045	.648	.519
LETAK	.699	.159	.263	4.397	.000

a. Dependent Variable: MINAT_MENJADI_NASABAH

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan regresi berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 6,415 + 0,880 X_1 + 0,079 X_2 + 0,699 X_3 + e$$

Dari persamaan diatas maka dapat dijelaskan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 6,415. Artinya jika variable pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah tidak dimasukkan dalam penelitian maka minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat pedesaan masih meningkat sebesar 6,415%. Hal ini dapat terjadi karena terdapat variable lain selain pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah.
2. Koefisien regresi pada variable pengetahuan (X_1) sebesar 0,880 adalah positif. Artinya jika terjadi peningkatan pemahaman tentang bank syariah, penguasaan konsep bank syariah, dan tanggapan tentang bank syariah di masyarakat pedesaan semakin baik maka minat menjadi nasabah di bank syariah akan bertambah 0,880% dimana faktor-faktor lain dianggap konstan.
3. Koefisien regresi pada variable sosialisasi (X_2) sebesar 0,079 adalah positif. Artinya jika terjadi peningkatan sosialisasi yang diterima oleh masyarakat, semakin banyak media yang digunakan untuk menyampaikan informasi tentang bank syariah, serta sosialisasi yang diberikan mudah dipahami oleh masyarakat pedesaan maka minat menjadi nasabah bank syariah akan bertambah sebesar 0,079% dimana faktor-faktor lain dianggap konstan.

4. Koefisien regresi pada variable letak bank syariah (X3) sebesar 0,699 adalah positif. Artinya jika terjadi peningkatan lokasi bank syariah di daerah pedesaan, akses menuju bank syariah semakin mudah dan pendapat masyarakat pedesaan tentang lokasi bank syariah meningkat maka minat menjadi nasabah bank syariah akan bertambah sebesar 0,699% dimana faktor-faktor lain dianggap konstan.

b. Persamaan Regresi Masyarakat Perkotaan

Tabel 4.28
Hasil Uji Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.585	3.068		5.081	.000
PENGETHUMAN	.708	.146	.482	4.857	.000
SOSIALISASI	.297	.142	.213	2.083	.040

LETAK	-.008	.202	-.003	-.039	.969
-------	-------	------	-------	-------	------

a. Dependent Variable:

MINAT_MENJADI_NASABAH_BANK_SYARIAH

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan regresi berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 15,585 + 0,708 X_1 + 0,297 X_2 - 0,008 X_3 + e$$

Dari persamaan diatas maka dapat dijelaskan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 15,585. Artinya jika variable pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah tidak dimasukkan dalam penelitian maka minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat perkotaan masih meningkat sebesar 15,585%. Hal ini dapat terjadi karena terdapat variable lain selain pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah.
2. Koefisien regresi pada variable pengetahuan (X1) sebesar 0,708 adalah positif. Artinya jika terjadi peningkatan pemahaman tentang bank syariah, penguasaan konsep bank syariah, dan tanggapan tentang bank syariah di masyarakat perkotaan semakin baik maka minat menjadi nasabah di bank syariah akan bertambah 0,708% dimana faktor-faktor lain dianggap konstan.

3. Koefisien regresi pada variable sosialisasi (X2) sebesar 0,297 adalah positif. Artinya jika terjadi peningkatan sosialisasi yang diterima oleh masyarakat, semakin banyak media yang digunakan untuk menyampaikan informasi tentang bank syariah, serta sosialisasi yang diberikan mudah dipahami oleh di masyarakat perkotaan maka minat menjadi nasabah bank syariah akan bertambah sebesar 0,079% dimana faktor-faktor lain dianggap konstan.
4. Koefisien regresi pada variable letak bank syariah (X3) sebesar -0,008 adalah negatif. Artinya jika terjadi peningkatan lokasi bank syariah, akses menuju bank syariah semakin mudah dan pendapat masyarakat perkotaan tentang lokasi bank syariah meningkat maka minat menjadi nasabah bank syariah akan menurun sebesar 0,008% dimana faktor-faktor lain dianggap konstan.

4.8 Hasil Pengujian Hipotesis

Model statistik yang digunakan untuk mengetahui hasil hipotesis dalam penelitian ini adalah menggunakan uji t_{test} , uji F_{test} , dan uji R^2 (koefisien determinasi).

4.8.1 Uji t_{test} (Uji Parsial)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu

dalam menerangkan variabel dependen. Adapun hasil uji parsial (uji t_{test}) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Hasil Uji Parsial Masyarakat Pedesaan

Tabel 4.29

Uji parsial Masyarakat Pedesaan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.415	2.025		3.168	.002
PENGETAHUAN	.880	.098	.672	8.938	.000
SOSIALISASI	.079	.121	.045	.648	.519
LETAK	.699	.159	.263	4.397	.000

a. Dependent Variable: MINAT_MENJADI_NASABAH

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji parsial diatas maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Diketahui nilai signifikansi (Sig.) variabel pengetahuan adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ table}$ yaitu $8,938 > 1,988$ maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh pengetahuan masyarakat pedesaan tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
2. Variabel sosialisasi memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,519. Karena nilai Sig. $0,519 > 0,05$ dan $t \text{ hitung} < t \text{ table}$ yaitu $0,648 < 1,988$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh sosialisasi tentang perbankan syariah kepada masyarakat pedesaan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
3. Variabel letak bank syariah memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Karena nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ table}$ yaitu $4,397 > 1,988$ maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh letak bank syariah terhadap minat masyarakat pedesaan menjadi nasabah bank syariah.

b. Hasil Uji Parsial Masyarakat Perkotaan

Tabel 4.30

Uji parsial Masyarakat Perkotaan
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.585	3.068		5.081	.000
¹ PENGETAHUAN	.708	.146	.482	4.857	.000
SOSIALISASI	.297	.142	.213	2.083	.040
LETAK	-.008	.202	-.003	-.039	.969

a. Dependent Variable:

MINAT_MENJADI_NASABAH_BANK_SYARIAH

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji parsial diatas maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Diketahui nilai signifikansi (Sig.) variabel pengetahuan adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig. $0,000 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ table}$ yaitu

4,857 > 1,988 maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh pengetahuan masyarakat perkotaan tentang perbankan syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

2. Variabel sosialisasi memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,040. Karena nilai Sig. 0,040 < 0,05 dan $t_{hitung} > t_{table}$ yaitu $2,083 > 1,988$ maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh sosialisasi tentang perbankan syariah kepada masyarakat perkotaan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
3. Variabel letak bank syariah memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,969. Karena nilai Sig. $0,969 > 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{table}$ yaitu $-0,039 < 1,988$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh letak bank syariah terhadap minat masyarakat perkotaan menjadi nasabah bank syariah.

4.8.2 Uji F_{test} (Uji Pengaruh Simultan)

Uji pengaruh simultan ini digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Adapun hasil uji pengaruh simultan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F_{test}) Masyarakat Pedesaan

Tabel 4.31
Uji Pengaruh Simultan Masyarakat Pedesaan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1841.935	3	613.978	81.320	.000 ^b
1 Residual	724.815	96	7.550		
Total	2566.750	99			

a. Dependent Variable: MINAT_MENJADI_NASABAH

b. Predictors: (Constant), LETAK, SOSIALISASI, PENGETAHUAN

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Dari uji ANOVA tersebut dihasilkan nilai F hitung sebesar 81,320 dengan probabilitas 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05 maka model regresi ini dapat digunakan untuk mengetahui bahwa pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat pedesaan.

- b. Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F_{test}) Masyarakat Perkotaan

Tabel 4.32
Uji Pengaruh Simultan Masyarakat Perkotaan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	650.268	3	216.756	21.391	.000 ^b
Residual	972.772	96	10.133		
Total	1623.040	99			

a. Dependent Variable:

MINAT_MENJADI_NASABAH_BANK_SYARIAH

b. Predictors: (Constant), LETAK, PENGETHUAN, SOSIALISASI

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Dari uji ANOVA tersebut dihasilkan nilai F hitung sebesar 21,392 dengan probabilitas 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05 maka model regresi ini dapat digunakan untuk mengetahui bahwa pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat perkotaan.

4.8.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam

menerangkan variasi variabel dependen. Adapun hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Hasil Uji Koefisien Determinasi Masyarakat Pedesaan

Tabel 4.33

Uji Koefisien Determinasi Masyarakat Pedesaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 ^a	.718	.709	2.748

- a. Predictors: (Constant), LETAK, SOSIALISASI, PENGETAHUAN

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil tersebut, pada penelitian ini nilai *R Square* adalah sebesar 0,718 hal ini berarti 71,8% variasi keputusan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (pengetahuan, sosialisasi, dan letak). Sedangkan sisanya ($100\% - 71,8\% = 28,2\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab diluar penelitian.

- b. Hasil Uji Koefisien Determinasi Masyarakat Perkotaan

Tabel 4.34
Uji Koefisien Determinasi Masyarakat Perkotaan
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.633 ^a	.401	.382	3.183

a. Predictors: (Constant), LETAK, PENGETHUAN, SOSIALISASI

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil tersebut, pada penelitian ini nilai *R Square* adalah sebesar 0,401 hal ini berarti 40,1% variasi keputusan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (pengetahuan, sosialisasi, dan letak). Sedangkan sisanya (100%-40,1% = 59,9%) dijelaskan oleh sebab-sebab diluar penelitian.

4.9 Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian ini dapat disajikan dalam table berikut :

Tabel 4.35
Pembahasan

Pengaruh Variabel	Variabel	Sig. Uji t
Pedesaan	Pengetahuan (X1)	0,000

	Sosialisasi (X2)	0,519
	Letak Bank Syariah (X3)	0,000
Perkotaan	Pengetahuan (X1)	0,000
	Sosialisasi (X2)	0,040
	Letak Bank Syariah (X3)	0,969

Sumber: Data Primer yang diolah, 2019

4.9.1 Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Pedesaan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Uji parsial (Uji t_{test}) pada masyarakat pedesaan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa t hitung pada variabel pengetahuan sebesar 8,938 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil tersebut maka variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $8,938 > 1,988$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena masyarakat

pedesaan Kecamatan Gabus pernah melakukan transaksi dan menggunakan jasa perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kautsar Audytra Muhammad (2014) menyatakan bahwa minat warga secara bersama-sama dipengaruhi oleh pengetahuan definisi, pengetahuan lokasi, pengetahuan prinsip-prinsip, dan pengetahuan produk Bank Muamalat. Hal ini karena pengetahuan merupakan faktor yang mempengaruhi seseorang mempunyai keinginan untuk mengkonsumsi suatu barang atau jasa.

4.9.2 Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Perkotaan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Uji parsial (Uji t_{test}) pada masyarakat perkotaan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa t hitung pada variabel pengetahuan sebesar 4,857 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil tersebut maka variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,857 > 1,988$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena masyarakat

perkotaan Kecamatan Pati mempunyai pendidikan yang lebih tinggi.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munawwaroh (2017) yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap persepsi masyarakat perkotaan dan pedesaan di Kabupaten Jepara. Hal ini dikarenakan masyarakat perkotaan dan pedesaan di Kabupaten Jepara lebih pada mengetahui bagaimana bermuamalah yang sesuai dengan ajaran agama Islam.

4.9.3 Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Pedesaan

Uji parsial (Uji t_{test}) pada masyarakat pedesaan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa t hitung pada variabel sosialisasi sebesar 0,648 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,519. Dari hasil tersebut maka variabel sosialisasi tidak ada pengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $0,648 < 1,988$ dan nilai signifikansi $0,519 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena masyarakat pedesaan Kecamatan

Gabus kurang mendapat sosialisasi baik secara langsung maupun tidak langsung tentang perbankan syariah. Hal tersebut dapat terjadi karena masih sedikit masyarakat pedesaan yang mampu menerima informasi dengan baik serta informasi yang diberikan kurang mudah untuk dipahami bagi masyarakat desa. Masyarakat hanya membutuhkan kerja nyata dari perbankan syariah ketika melakukan kegiatan transaksi dipermudah dan sesuai dengan kesyariahan perbankan syariah.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munawwaroh (2017) yang menyatakan bahwa sosialisasi tidak berpengaruh terhadap persepsi masyarakat pedesaan dan perkotaan di Kabupaten Jepara.

4.9.4 Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Perkotaan

Uji parsial (Uji t_{test}) pada masyarakat perkotaan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa t hitung pada variabel sosialisasi sebesar 2,083 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,040. Dari hasil tersebut maka variabel sosialisasi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena nilai t hitung

lebih besar dari t tabel yaitu $2,083 > 1,988$ dan nilai signifikansi $0,040 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa sosialisasi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena masyarakat perkotaan dianggap lebih mudah menerima informasi sehingga mudah mendapatkan dan mengakses informasi tentang bank syariah serta masyarakat kota mempunyai latar belakang pendidikan paling banyak Diploma/Sarjana dan SMA sederajat sehingga lebih terbuka dan mudah menyerap informasi yang didapat.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arum Cempaka Sari (2018) yang menyatakan bahwa sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di BMT Dana Insani Gunungkidul.

4.9.5 Pengaruh Letak Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Pedesaan

Uji parsial (Uji t_{test}) pada masyarakat pedesaan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa t hitung pada variabel letak bank syariah sebesar 4,397 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dari hasil tersebut maka variabel letak bank syariah berpengaruh

terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $4,397 > 1,988$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa letak bank syariah berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat pedesaan. Hal ini dikarenakan sebenarnya masyarakat pedesaan mempunyai minat yang tinggi terhadap bank syariah. Terutama jika semakin banyak masyarakat yang mengetahui dan mudah mengakses lokasi bank syariah dengan pendirian cabang bank syariah di pedesaan maka minat untuk menjadi nasabah bank syariah juga akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kautsar Audytra Muhammad (2014) yang menyatakan bahwa minat warga secara bersama-sama dipengaruhi oleh pengetahuan definisi, pengetahuan lokasi, pengetahuan prinsip-prinsip, dan pengetahuan produk Bank Muamalat. Dari keempat faktor tersebut, pengetahuan lokasi merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi warga Pondok Pesantren Darunnajah untuk memilih Bank Muamalat.

4.9.6 Pengaruh Letak Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Perkotaan

Uji parsial (Uji t_{test}) pada masyarakat perkotaan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa t hitung pada variabel letak bank syariah sebesar -0,039 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,969. Dari hasil tersebut maka variabel letak bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $-0,039 < 1,988$ dan nilai signifikansi $0,969 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa pada masyarakat perkotaan letak bank syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya minat masyarakat perkotaan terhadap perbankan syariah jadi meskipun letak bank syariah mudah dijangkau oleh masyarakat perkotaan tetapi mereka masih tetap memilih menggunakan jasa perbankan konvensional yang sejak awal digunakan dan enggan berpindah menjadi nasabah bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti Mei Diana (2017) yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh

signifikan terhadap keputusan anggota menabung di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe.

4.9.7 Pengaruh Pengetahuan, Sosialisasi dan Letak Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Pedesaan

Uji Pengaruh Simultan (Uji F_{test}) pada masyarakat pedesaan dalam penelitian ini dihasilkan nilai F hitung sebesar 81,320 dengan probabilitas 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat pedesaan.

4.9.8 Pengaruh Pengetahuan, Sosialisasi dan Letak Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Masyarakat Perkotaan

Uji Pengaruh Simultan (Uji F_{test}) pada masyarakat perkotaan dihasilkan nilai F hitung sebesar 21,392 dengan probabilitas 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah pada masyarakat perkotaan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program computer SPSS *Versi 21 for Windows*, maka diperoleh kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Pengetahuan masyarakat pedesaan dan perkotaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena nilai signifikansi keduanya sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Sosialisasi pada masyarakat pedesaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena nilai signifikansi yang diperoleh $0,519 > 0,05$. Sedangkan pada masyarakat perkotaan sosialisasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,040 < 0,05$.
3. Letak bank syariah pada masyarakat pedesaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sedangkan pada masyarakat perkotaan letak bank

syariah berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap minat menjadi bank syariah karena nilai signifikansi $0,969 > 0,05$.

4. Pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah pada masyarakat pedesaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
5. Pengetahuan, sosialisasi dan letak bank syariah pada masyarakat perkotaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Sosialisasi perbankan syariah perlu diadakan secara rutin baik secara tidak langsung melalui media cetak dan elektronik atau sosialisasi secara langsung dengan pendekatan kepada masyarakat terutama masyarakat pedesaan dalam rangka mengenalkan keunggulan-keunggulan produk dan layanan bank syariah serta

meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah.

2. Sumber daya manusia bank syariah perlu ditingkatkan untuk mendukung perkembangan dan pertumbuhan bank syariah.
3. Pendirian kantor cabang bank syariah di daerah pedesaan perlu didirikan dengan tujuan untuk memudahkan akses masyarakat dalam melakukan transaksi di bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldy Purnomo, Rochmad, Cetakan ke Tiga (2017), *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press.
- Andespa, Roni, (2017), *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah*, Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017.
- Antonio, Syafi'I, (2001), *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Antonius Simanjuntak, Bungaran, (2016), *Tradisi, Agama dan Akseptasi Modernisasi pada Masyarakat Pedesaan Jawa*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Arafat Yusmad, Muammar, (2018), *Apek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*, Yogyakarta: Deepublish.
- Arifin, Zainul, (2009), *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Tangerang: Azkia Publisher.
- Audytra Muhammad, Kautsar, (2014), *Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat (Studi Kasus Santri Pondol Pesantren Darunnajah)*.
- Bungin, Burhan, (2017), *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana. Cempaka Sari, Arum, *Pengaruh Sosialisasi, Religiusitas, Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Wonosari Untuk Berwakaf Tunai Di BMT Dana Insani Gunungkidul*, 2018.

- Darmadi, (2017), *Pengembangan Model dan Metode Dalam Dinamika Belajar Siswa*, Yogyakarta: Deepublish.
- Dinar Pratisti, Wiwien dan Susantyo Yuwono, (2018), *Psikologi Eksperimen: Konsep, Teori dan Aplikasi*, Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Drs.Ismail, MBA., Ak, (2011), *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Gaspers, Vincent, (2001), *Ekonomi Manajerial: Pembuatan Keputusan Bisnis*, Edisi Kedua, Jakarta: Gramedia.
- Ghofur Ansori, Abdul, (2018), *Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Gilarso, T, (2003), *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Gulo, W, *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- H, Timotius Kris, (2017), *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hamdani, Muliawan dan Purbayu Budi Santosa, (2007), *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*, Penerbit Erlangga.
- Herawati, Titik dan Mistakhul Khasanah, *Pengaruh Persepsi Masyarakat NTB Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank NTB Syariah (Studi Pada Masyarakat Kabupaten Lombok Timur)*, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Hude, Darwis, (2006), *Emosi: Penjelajahan Religio Psikologis Tentang Emosi Manusia di Dalam Al-Qur'an*, Jakarta: Erlangga.

- Ikatan Bankir Indonesia, (2014), *Mengelola Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- IKIT, (2015), *Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Deepublish.
- Ilham Solihin, Ahmad, (2015), *Ini Lho Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- J.Setiadi, Nugroho, (2003), *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Juliandi Azuar, Ifar, Saprinah Manurung, (2014), *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi: Sukses Menuju Skripsi*, Medan: UMSU Press.
- Junaidi, (2015), *Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)*, Volume 14, No.02, Desember 2015.
- Karim, Bustanul, (2018), *Prinsip Pembangunan Ekonomi Umat*, Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Koordinator Statistik Kecamatan Pati, (2018), *Kecamatan Pati dalam Angka 2018*, BPT Kabupaten Pati.
- Mardani, (2017), *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Kencana.
- Martawirana, Suraji, (2017), *Kecamatan Gabus dalam Angka 2017*, Pati: BPS Kabupaten Pati.
- Mei Dina, Susanti, (2017), *Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe*.

Meilani, Any, (2017), *Persepsi Santri Terhadap Bank Syariah*, Volume 2, Nomor 2, Juli Desember 2017.

Miftakhur Rakhmah, Silvia dan Sri Wahyuni, *Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2011 dan 2012 FKIP Universitas Jember)*.

Morissan, (2017), *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana.

Muktar, Bustari, (2016), *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: Kencana.

Munawwaroh, (2017), *Persepsi Masyarakat Perkotaan dan Pedesaan Terhadap Perbankan Syariah (Studi di Kabupaten Jepara Provinsi Jawa Tengah)*.

Nuh Muhammad dan Suhartono Winoto, (2017), *Kebijakan Pembangunan Perkotaan*, Malang: UB Press.

Sadana, Kridawati, (2012), *Sosialisasi dan Persepsi Bank Syariah (Kajian Kebijakan Enkulturası Nilai-Nilai Bank Syariah Dalam Masyarakat)*, Volume 16, Nomor 3 September 2012.

Saepul Hamdi, Asep, (2014), *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, Yogyakarta: Deepublish.

Simamora, Bilson, (2000), *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Soemitra, Andri, (2009), *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Prenamedia Group.

Sugiarto, Dergibson Siagian, (2006), *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Suparno, (2009), *Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Terhadap Perbankan Syariah Sebagai Lembaga Keuangan Syariah*, Volume 02, No.1, Januari 2009.

Suraji, (2018), *Kecamatan Gabus dalam Angka 2018*, BPS Kabupaten Pati.

Suyono, (2018), *Analisis Regresi untuk Penelitian*, Yogyakarta: Deepublish.

Umar, Husein, (2002), *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Usman, Rachmadi, (2009), *Produk dan Akad Perbankan Syariah di Indonesia (Implementasi dan Aspek Hukum)*, PT Citra Aditya Bakti.

Wangsawidjaja, (2012), *Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Wiroso, (2005), *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: PT Grasindo.

Fatwa DSN MUI.

www.jateng.bps.go.id.

www.ojk.go.id.

data.jatengprov.go.id

<https://patikab.bps.go.id>

www.academia.edu

<https://kbbi.web.id>

<https://wikipedia.org>

Lampiran 1: Angket Masyarakat Pedesaan

PENGISIAN KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat dan karuniaNya serta shalawat dan salam selalu kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di Yaumul Kiamah nanti.

Di tengah kesibukan Bapak/Ibu/Saudara/i sekalian, saya selaku penulis memohon Bapak/Ibu/Saudara bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian yang tersedia dengan kepentingan menyelesaikan tugas akhir atas nama : Choirun Nada Firdausy, jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang yang berjudul “Pengaruh Persepsi Masyarakat Pedesaan dan Perkotaan tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Pati Provinsi Jawa Tengah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Gabus dan Kecamatan Pati)”.

Jawaban dalam kuesioner ini akan penulis jaga kerahasiaannya dan sama sekali tidak memberikan dampak negatif terhadap Bapak/Ibu/Saudara/i, semata-mata dimaksudkan untuk menjelaskan permasalahan penelitian dan fenomena yang terjadi.

Atas kerjasama dan ketersediaan mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih. Semoga Allah SWT membalas kebaikan Bapak/Ibu/Saudara/i. Amin,

Wassalamualaikum Wr.Wb

Semarang, 30 April 2019

Peneliti

Choirun Nada Firdausy

Identitas Responden

Biodata responden mohon diisi dengan lengkap

Nama :

Jenis Kelamin :

Agama :

Pendidikan Terakhir :a. SD/MI c. SMA/SMK/MA

b. SMP/MTs d. Diploma/Sarjana

Pekerjaan :a. PNS c. Karyawan Swasta

b. Pelajar/Mahasiswa d. Lainnya :.....

Usia :a. 20-30 Tahun c. 41-50 Tahun

b. 31-40 Tahun d. > 50 Tahun

Apakah saudara menggunakan jasa perbankan syariah ?

- a. Ya
- b. Tidak

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikan tanda (√) pada tempat yang telah disediakan dari pernyataan yang menurut Bapak/Ibu/Saudara sesuai dengan keadaan yang seharusnya.

Keterangan angket

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak

Setuju

A. Persepsi Masyarakat Pedesaan tentang Perbankan Syariah

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A	Pengetahuan tentang Perbankan Syariah					
1	Saya mengetahui adanya bank syariah					
2	Saya mengetahui jika terdapat perbedaan operasional bank syariah dengan bank konvensional					
3	Saya mengetahui jika produk bank syariah tidak mengandung riba					

4	Bank syariah mempunyai reputasi yang baik					
5	Saya akan menggunakan produk bank syariah jika saya mengerti bagaimana operasional bank syariah					
B	Sosialisasi Perbankan Syariah					
1	Saya pernah mendapatkan sosialisasi dari bank syariah					
2	Bentuk sosialisasi yang saya terima adalah sosialisasi secara langsung dari bank syariah dalam sebuah forum					
3	Saya mengetahui bank syariah dari internet, sosial media, brosur, baliho, dan lain sebagainya					
4	Saya mengetahui bank syariah dari mulut ke mulut					
5	Sosialisasi yang saya terima mudah dipahami					

C	Letak Bank Syariah					
1	Letak bank syariah mudah dijangkau					
2	Akses menuju bank syariah sangat mudah dari tempat tinggal saya					
3	Pendirian kantor-kantor cabang bank syariah di daerah pedesaan					

B. Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya ingin/berminat menjadi nasabah di bank syariah untuk masa depan					
2	Saya memutuskan menjadi nasabah bank syariah dengan pengetahuan yang saya miliki					
3	Saya memilih menjadi nasabah bank syariah karena letaknya mudah dijangkau dari tempat					

	tinggal saya					
4	Saya berminat menjadi nasabah bank syariah karena sosialisasi yang saya dapatkan					
5	Saya berminat menabung di bank syariah untuk tujuan keamanan					
6	Saya menjadi nasabah bank syariah untuk menghindari riba dan mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat					
7	Saya memilih menggunakan produk bank syariah karena dalam mengelola dana nasabah lebih amanah					
8	Saya bersedia mengambil risiko untuk menjadi nasabah bank syariah					
9	Saya anggap menabung di bank syariah suatu kegiatan yang menguntungkan					

Lampiran 2: Angket Masyarakat Perkotaan

PENGISIAN KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat dan karuniaNya serta shalawat dan salam selalu kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di Yaumul Kiamah nanti.

Di tengah kesibukan Bapak/Ibu/Saudara/i sekalian, saya selaku penulis memohon Bapak/Ibu/Saudara bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian yang tersedia dengan kepentingan menyelesaikan tugas akhir atas nama : Choirun Nada Firdausy, jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang yang berjudul “Pengaruh Persepsi Masyarakat Pedesaan dan Perkotaan tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kabupaten Pati Provinsi Jawa Tengah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Gabus dan Kecamatan Pati)”.

Jawaban dalam kuesioner ini akan penulis jaga kerahasiaannya dan sama sekali tidak memberikan dampak negatif terhadap Bapak/Ibu/Saudara/i, semata-mata dimaksudkan untuk menjelaskan permasalahan penelitian dan fenomena yang terjadi.

Atas kerjasama dan ketersediaan mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih. Semoga Allah SWT membalas kebaikan Bapak/Ibu/Saudara/i. Amin,

Wassalamualaikum Wr.Wb

Semarang, 30 April 2019

Peneliti

Choirun Nada Firdausy

Identitas Responden

Biodata responden mohon diisi dengan lengkap

Nama :

Jenis Kelamin :

Agama :

Pendidikan Terakhir :a. SD/MI c. SMA/SMK/MA

b. SMP/MTs d. Diploma/Sarjana

Pekerjaan :a. PNS c. Karyawan Swasta

b. Pelajar/Mahasiswa d. Lainnya :.....

Usia :a. 20-30 Tahun c. 41-50 Tahun

b. 31-40 Tahun d. > 50 Tahun

Apakah saudara menggunakan jasa perbankan syariah ?

- c. Ya
- d. Tidak

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikan tanda (√) pada tempat yang telah disediakan dari pernyataan yang menurut Bapak/Ibu/Saudara sesuai dengan keadaan yang seharusnya.

Keterangan angket

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

A. Persepsi Masyarakat Perkotaan tentang Perbankan Syariah

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
A	Pengetahuan tentang Perbankan Syariah					
1	Saya mengetahui adanya bank syariah					
2	Saya mengetahui jika terdapat perbedaan operasional bank syariah dengan bank konvensional					
3	Saya mengetahui jika produk bank syariah tidak					

	mengandung riba					
4	Bank syariah mempunyai reputasi yang baik					
5	Saya akan menggunakan produk bank syariah jika saya mengerti bagaimana operasional bank syariah					
B	Sosialisasi Perbankan Syariah					
1	Saya pernah mendapatkan sosialisasi dari bank syariah					
2	Bentuk sosialisasi yang saya terima adalah sosialisasi secara langsung dari bank syariah dalam sebuah forum					
3	Saya mengetahui bank syariah dari internet, sosial media, brosur, baliho, dan lain sebagainya					
4	Saya mengetahui bank syariah dari mulut ke mulut					
5	Sosialisasi yang saya terima mudah dipahami					

C	Letak Bank Syariah					
1	Letak bank syariah mudah dijangkau					
2	Akses menuju bank syariah sangat mudah dari tempat tinggal saya					
3	Pendirian kantor-kantor cabang bank syariah di daerah pedesaan					

B. Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya ingin/berminat menjadi nasabah di bank syariah untuk masa depan					
2	Saya memutuskan menjadi nasabah bank syariah dengan pengetahuan yang saya miliki					
3	Saya memilih menjadi nasabah bank syariah karena letaknya mudah dijangkau dari tempat tinggal saya					

4	Saya berminat menjadi nasabah bank syariah kerana sosialisasi yang saya dapatkan					
5	Saya berminat menabung di bank syariah untuk tujuan keamanan					
6	Saya menjadi nasabah bank syariah untuk menghindari riba dan mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat					
7	Saya memilih menggunakan produk bank syariah kerana dalam mengelola dana nasabah lebih amanah					
8	Saya bersedia mengambil risiko untuk menjadi nasabah bank syariah					
9	Saya anggap menabung di bank syariah suatu kegiatan yang menguntungkan					

Lampiran 3: Hasil Kuesioner Masyarakat Pedesaan

Variabel Independen (X)

No.	X1					Total	X2					Total	X3			Total
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5		Q1	Q2	Q3	
1	4	5	5	5	4	17	2	2	4	5	5	14	4	4	4	12
2	5	5	4	5	4	23	5	5	4	4	5	17	4	4	4	12
3	4	2	5	5	4	16	4	4	2	2	4	16	5	4	5	12
4	4	4	4	5	4	21	2	2	4	4	5	15	4	4	4	12
5	4	4	5	4	5	21	2	2	4	4	2	14	4	4	4	12
6	4	2	5	5	4	16	4	4	2	2	4	16	5	4	5	12
7	4	5	4	4	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
8	4	4	5	5	5	23	2	2	4	4	4	16	5	5	2	12
9	4	4	5	5	5	23	2	2	4	4	4	16	5	5	2	12
10	4	4	5	5	5	23	2	2	4	4	4	16	5	5	2	12
11	4	4	5	5	5	23	2	2	4	4	4	16	5	5	2	12
12	4	4	4	5	4	21	2	2	4	4	4	16	4	4	2	10
13	4	4	4	5	4	21	2	2	4	4	4	16	4	4	4	12
14	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	5	17	4	4	4	12
15	4	4	4	4	4	20	2	2	4	4	4	16	4	4	2	10
16	5	4	4	4	4	21	2	2	4	4	2	14	4	4	4	12
17	5	5	5	4	4	23	5	4	4	5	4	16	4	4	4	12
18	4	4	5	4	4	19	4	1	4	4	5	16	2	2	5	9
19	4	4	5	4	4	19	4	5	4	4	4	19	4	4	4	12
20	5	5	5	4	5	24	2	2	5	2	2	13	5	5	5	15
21	5	5	5	4	5	24	5	2	5	2	2	16	5	5	5	15
22	5	5	5	4	5	24	2	2	5	2	2	13	5	5	5	15
23	4	2	4	4	4	16	2	2	2	4	4	14	2	2	5	9
24	5	4	4	4	4	21	2	2	4	4	4	16	4	4	4	12
25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
26	5	4	5	5	5	24	5	5	4	4	5	23	5	4	4	13
27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	15
28	2	2	2	4	2	12	2	2	2	2	2	10	2	2	5	9
29	4	5	5	4	4	18	2	2	4	4	5	15	4	2	4	10
30	5	2	4	4	4	19	2	2	2	4	5	13	2	2	5	9
31	4	5	4	5	4	16	2	2	4	4	4	16	4	5	5	10
32	5	5	5	4	5	24	2	2	5	2	2	13	5	5	5	15
33	4	4	5	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
34	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	2	10
35	5	4	5	5	4	23	5	4	4	4	5	22	4	4	4	12
36	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	5	21	5	5	5	15
37	4	4	4	4	5	19	2	2	5	4	4	15	5	5	5	15
38	4	4	4	5	4	21	2	2	5	4	5	16	5	5	5	15
39	5	5	5	4	5	24	2	2	5	2	2	13	5	5	5	15
40	4	4	4	4	4	20	2	2	4	4	4	16	2	2	2	6
41	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
42	4	4	4	4	5	19	2	2	5	4	4	15	5	5	5	15

43	4	4	4	5	4	21	2	2	5	4	3	16	5	5	5	15
44	4	4	4	5	4	21	2	2	5	4	3	16	5	5	5	15
45	5	5	4	4	4	22	4	4	5	3	4	20	4	3	4	11
46	2	2	2	2	3	11	2	2	2	2	2	10	2	2	4	5
47	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
48	5	5	5	5	4	5	24	2	2	5	2	2	13	5	5	15
49	5	4	4	4	5	22	2	2	5	5	2	16	4	4	5	15
50	5	4	5	5	4	23	5	4	4	4	5	22	4	4	4	12
51	4	4	4	5	4	21	2	2	5	4	3	16	5	5	5	15
52	2	2	2	2	4	12	2	2	2	2	2	10	4	4	4	12
53	4	4	4	4	4	20	2	2	2	4	4	14	4	4	4	12
54	4	2	2	3	4	15	2	2	4	4	3	13	4	4	4	12
55	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	6
56	4	2	2	4	4	16	2	2	4	4	3	15	4	4	5	15
57	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
58	4	2	4	4	4	15	1	1	4	4	4	14	4	4	4	12
59	2	2	2	4	4	14	2	2	2	4	2	12	4	4	4	12
60	2	2	2	2	4	12	2	2	2	4	4	14	4	4	4	12
61	2	2	2	4	4	14	2	2	2	4	2	12	4	4	4	12
62	2	2	2	2	4	12	2	2	2	4	2	12	4	4	4	12
63	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
64	4	4	4	4	5	21	2	2	4	4	3	15	4	4	5	15
65	4	4	5	4	5	20	2	2	5	4	3	16	4	4	4	12
66	4	2	2	5	5	16	1	1	4	4	3	15	4	5	5	14
67	4	2	2	3	4	15	2	2	5	3	3	17	4	5	5	14
68	4	2	2	3	5	16	2	2	4	4	3	15	4	4	5	15
69	4	2	2	5	5	16	2	2	4	4	3	15	4	4	5	15
70	2	2	2	3	5	14	2	2	4	2	3	13	1	2	4	7
71	2	2	2	3	5	14	2	1	2	4	3	12	2	3	5	10
72	2	2	2	2	4	12	2	1	2	2	3	10	2	2	5	9
73	4	2	2	3	5	16	2	2	4	4	3	15	4	4	5	15
74	4	2	2	3	5	16	2	2	4	2	3	13	2	2	5	9
75	2	2	2	3	4	13	2	1	2	4	2	11	4	4	5	13
76	4	5	2	3	4	16	2	2	5	4	3	16	3	3	5	11
77	4	5	5	4	5	19	2	4	4	4	3	17	4	4	5	15
78	4	2	2	3	3	14	2	2	2	4	3	13	4	3	4	11
79	2	2	2	4	4	14	1	1	4	4	4	14	4	4	4	12
80	4	2	2	3	4	15	2	2	4	4	3	15	2	2	5	9
81	2	2	2	3	5	14	2	2	2	4	3	13	4	4	4	12
82	2	2	2	2	5	13	2	2	2	4	3	13	4	4	5	13
83	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	3	3	4	10
84	2	2	2	3	2	11	2	2	2	2	2	10	4	3	4	11
85	4	2	2	3	5	16	2	2	4	4	3	15	4	4	5	15
86	2	2	2	3	5	14	2	2	2	3	3	12	3	2	5	10
87	4	2	2	3	5	16	1	2	4	4	4	15	4	3	5	12

88	4	2	2	3	3	16	1	1	4	4	3	15	4	4	3	15
89	4	2	2	3	4	15	2	2	3	4	4	15	4	4	4	12
90	4	3	2	3	4	16	2	2	4	4	3	15	4	4	4	12
91	2	2	2	3	3	14	2	2	2	4	3	15	4	3	4	11
92	4	2	2	3	3	14	2	2	2	4	3	15	4	3	3	12
93	4	2	2	3	4	15	2	2	4	4	3	15	4	4	4	12
94	2	2	2	3	3	12	2	2	2	2	2	10	4	4	4	12
95	4	4	2	3	3	16	2	2	4	4	4	16	4	4	4	12
96	4	2	2	4	4	16	2	2	4	4	3	15	4	4	3	15
97	2	2	2	3	3	12	2	2	2	4	3	15	4	3	3	10
98	2	2	2	3	3	12	2	2	2	3	2	11	4	4	4	12
99	4	2	2	4	3	17	4	2	4	4	3	17	4	4	3	15
100	4	2	2	3	3	14	4	2	4	2	3	15	4	4	4	12

Variabel Independen (Y)

Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Total
1	3	3	3	3	3	3	4	4	4	30
2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	30
3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	31
4	4	4	4	2	4	5	5	2	4	34
5	4	4	4	2	4	5	5	2	4	34
6	4	4	3	4	4	3	3	3	3	31
7	4	4	4	4	4	4	4	4	2	34
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
12	4	2	4	2	4	4	4	4	4	32
13	4	2	4	2	4	4	4	4	4	32
14	4	4	4	3	4	4	3	3	3	32
15	4	2	4	4	4	4	4	4	4	34
16	4	4	4	2	4	5	4	2	4	33
17	2	3	2	3	4	4	3	2	3	26
18	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
19	4	4	4	4	4	4	4	4	2	34
20	4	5	5	4	4	5	5	5	4	41
21	4	5	5	4	4	5	5	5	4	41
22	4	5	5	4	4	5	5	5	4	41
23	3	3	2	4	3	3	4	3	4	29
24	5	4	4	4	4	5	5	2	4	37
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
26	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
27	4	4	4	4	5	5	5	5	4	40
28	2	2	2	2	2	2	2	3	3	20
29	4	4	2	4	4	4	3	3	4	32
30	4	2	2	3	4	5	4	4	3	31
31	5	3	2	4	4	4	4	2	4	32
32	4	5	5	4	4	5	5	5	4	41
33	4	4	4	4	4	4	4	4	2	34
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
35	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
36	5	4	5	5	5	5	4	2	4	39
37	4	3	4	3	4	4	4	4	5	35
38	4	4	5	4	5	5	4	3	4	38
39	4	5	5	4	4	5	5	5	4	41
40	5	4	2	2	4	4	4	1	4	30
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
42	4	3	4	3	4	4	4	4	5	35
43	4	4	5	4	5	5	4	3	4	38

44	4	4	5	4	5	5	4	3	4	38
45	4	4	3	3	4	5	5	4	3	35
46	3	3	2	2	2	3	3	3	3	24
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
48	4	5	5	4	4	5	5	5	4	41
49	5	5	5	2	4	4	4	3	4	36
50	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
51	4	4	5	4	5	5	4	3	4	38
52	2	2	4	2	2	2	2	2	2	20
53	4	4	4	4	4	4	4	2	5	35
54	2	2	4	4	4	3	3	2	4	28
55	2	2	2	2	4	3	3	2	3	23
56	3	3	4	4	4	4	4	2	3	31
57	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
58	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
59	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
60	2	2	4	4	4	4	4	2	4	30
61	4	4	4	2	4	2	4	2	4	30
62	4	4	4	2	4	4	4	2	4	32
63	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
64	3	3	4	4	3	4	3	2	4	30
65	4	4	4	4	3	3	3	2	3	30
66	3	2	4	3	4	4	3	4	3	30
67	4	2	4	3	4	3	3	2	3	28
68	4	3	4	3	4	4	3	2	3	30
69	3	2	4	4	4	4	3	2	3	29
70	2	3	2	2	4	2	3	3	3	24
71	2	2	2	3	4	4	3	3	3	26
72	3	2	2	2	4	4	3	3	3	26
73	2	2	4	3	4	3	3	2	3	26
74	3	2	2	2	3	3	3	4	3	25
75	4	3	4	4	4	3	3	2	3	30
76	3	3	2	3	4	3	3	2	3	26
77	3	2	4	4	4	4	4	2	4	31
78	3	4	4	4	4	4	3	2	3	31
79	4	4	4	2	4	4	4	1	4	31
80	2	2	2	3	3	3	3	2	4	24
81	4	2	4	4	4	4	3	4	4	33
82	2	2	4	3	4	3	3	2	3	26
83	2	2	2	2	3	3	3	2	3	22
84	2	2	2	3	4	3	3	2	3	24
85	3	2	4	4	4	3	3	2	3	28
86	2	2	2	3	4	3	4	4	4	28
87	3	2	3	3	4	3	4	4	4	30
88	2	2	2	4	4	3	3	4	4	28

□

89	2	2	4	3	4	3	3	2	3	26
90	2	4	4	4	4	3	3	4	3	31
91	2	2	3	3	4	3	4	2	3	26
92	2	3	4	3	5	4	3	4	3	31
93	2	2	4	4	4	4	4	2	4	30
94	2	2	2	3	4	3	3	2	3	24
95	3	3	4	3	4	3	3	2	3	28
96	2	2	4	3	4	3	3	2	4	27
97	2	2	4	4	4	3	3	2	3	27
98	2	2	3	3	3	3	3	2	3	24
99	2	3	4	4	5	3	3	2	3	29
100	3	3	4	3	4	2	3	2	3	27

Lampiran 4: Hasil Kuesioner Masyarakat Perkotaan

Variabel Dependen (X)

Resp	X1						X2						X3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Total	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Total	Q1	Q2	Q3	Total
1	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	5	4	4	13
2	4	4	4	4	5	21	5	4	4	4	3	20	4	4	5	13
3	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
4	5	4	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21	4	4	4	12
5	4	2	2	3	3	14	4	1	4	4	3	16	4	4	4	12
6	4	5	5	5	5	24	4	2	5	2	4	17	4	5	5	14
7	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21	4	4	4	12
8	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	4	4	12
9	5	4	4	5	5	23	4	1	5	5	4	19	4	5	4	13
10	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	5	21	4	4	4	12
11	4	4	2	3	4	17	4	4	4	4	4	20	5	5	4	14
12	4	4	4	4	5	21	4	2	4	4	5	19	5	5	5	15
13	4	4	3	4	5	20	4	4	4	5	4	21	4	4	4	12
14	4	4	2	4	5	19	4	2	4	4	5	19	5	4	5	14
15	4	4	5	4	4	21	4	5	4	4	4	21	5	4	4	13
16	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	5	21	4	4	4	12
17	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21	5	4	4	13
18	2	2	2	2	4	12	2	2	3	2	2	11	3	3	3	9
19	5	5	5	5	5	25	4	2	4	4	4	18	4	4	4	12
20	5	5	4	4	4	22	4	2	4	4	4	18	5	5	4	14
21	4	2	2	3	4	15	4	1	5	4	4	18	5	5	5	15
22	4	2	2	4	4	16	4	2	5	5	2	18	4	4	4	12
23	4	2	2	3	3	14	2	2	4	4	3	15	5	4	5	14
24	4	2	1	4	3	14	4	2	5	4	4	19	4	5	5	14
25	4	2	2	5	5	18	5	2	4	5	4	20	4	4	4	12
26	4	2	2	4	4	16	4	4	5	5	3	21	5	4	4	13
27	4	2	2	4	5	17	4	2	5	5	4	20	4	5	5	14
28	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	5	4	4	13
29	4	4	4	4	4	20	4	2	4	2	2	14	4	4	4	12
30	4	2	4	4	4	18	4	2	4	2	2	14	4	4	2	10
31	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
32	5	4	4	4	4	21	4	2	4	4	2	16	4	4	4	12
33	4	4	4	4	4	20	4	2	4	2	4	16	4	4	4	12
34	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	5	22	4	4	4	12
35	4	4	2	4	4	18	4	1	4	4	3	16	4	4	4	12
36	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	5	21	5	5	5	15
37	4	4	4	4	4	20	2	2	2	2	2	10	4	4	4	12
38	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	4	4	4	12
39	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
40	5	4	4	4	4	21	4	4	4	2	4	18	4	4	4	12
41	4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	4	18	4	4	4	12
42	4	2	2	4	4	16	2	2	2	2	2	10	4	4	4	12

43	4	2	4	4	4	18	2	2	2	4	2	12	2	2	2	6
44	4	2	2	4	4	16	4	2	4	2	2	14	4	4	4	12
45	2	2	2	3	5	14	2	2	3	3	3	13	4	3	3	10
46	4	4	1	3	5	17	5	2	4	4	3	18	4	5	4	13
47	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	4	18	4	4	4	12
48	4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	4	18	4	5	5	14
49	4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	4	18	4	4	4	12
50	4	4	2	4	5	19	5	1	4	5	4	19	5	5	5	15
51	4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	4	18	4	4	4	12
52	4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	4	18	4	2	2	8
53	4	5	4	5	4	22	5	4	4	5	4	22	4	4	4	12
54	4	4	1	3	5	17	5	1	5	5	3	19	5	4	4	13
55	4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	4	18	4	4	4	12
56	4	2	2	4	4	16	4	2	4	4	2	16	4	2	2	8
57	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
58	4	2	2	3	4	15	5	2	4	3	3	17	4	4	4	12
59	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21	4	4	4	12
60	4	2	2	4	4	16	2	2	2	4	2	12	4	4	4	12
61	5	4	4	4	5	22	4	4	5	4	4	21	4	4	4	12
62	5	4	1	3	5	18	4	2	3	3	3	15	4	5	5	14
63	5	2	1	4	5	17	4	1	4	4	3	16	4	5	5	14
64	4	2	2	3	4	15	4	2	2	4	3	15	3	3	3	9
65	4	4	4	4	4	20	4	2	4	3	3	16	3	3	5	11
66	4	4	2	3	5	18	5	2	4	5	3	19	4	5	5	14
67	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
68	5	5	5	4	5	24	5	5	4	4	4	22	5	5	2	12
69	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	4	24	4	3	3	10
70	5	4	4	3	3	19	4	4	4	2	4	18	4	4	4	12
71	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	4	4	12
72	4	2	3	4	4	17	4	2	4	4	4	18	4	2	2	8
73	5	4	4	4	4	21	4	4	4	2	4	18	4	4	4	12
74	4	4	4	4	5	21	5	4	4	4	4	21	5	4	5	14
75	4	4	4	4	5	21	5	2	4	4	3	18	4	4	3	11
76	5	4	4	5	5	23	4	4	4	2	5	19	4	4	4	12
77	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	4	18	4	4	4	12
78	4	2	2	4	5	17	4	4	4	4	3	19	5	5	5	15
79	2	2	2	3	5	14	2	2	4	3	3	14	4	3	4	11
80	4	4	5	4	4	21	3	3	3	4	4	17	4	3	3	10
81	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	4	4	4	12
82	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	4	4	4	12
83	4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21	4	4	5	13
84	4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	5	22	4	4	4	12
85	5	5	2	3	4	19	4	2	4	2	4	16	5	4	4	13
86	4	4	5	5	5	23	4	4	5	4	4	21	5	5	4	14
87	4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	2	16	4	4	4	12

88	4	2	4	4	4	18	4	2	4	4	4	18	4	4	4	12
89	4	3	3	3	4	17	2	2	4	4	4	16	4	4	2	10
90	4	3	4	3	3	17	4	4	4	2	4	18	4	4	4	12
91	5	4	2	3	3	17	4	2	3	3	3	15	5	5	5	15
92	4	2	4	4	4	18	4	2	4	4	4	18	4	4	2	10
93	4	4	2	3	5	18	5	1	4	4	3	17	4	5	5	14
94	4	2	2	3	4	15	4	2	2	4	4	16	4	5	4	13
95	4	2	2	4	5	17	5	1	4	4	4	18	5	4	4	13
96	4	4	2	4	5	19	5	1	4	5	3	18	5	5	5	15
97	2	2	2	3	4	13	2	2	2	4	3	13	5	5	4	14
98	4	2	2	4	4	16	4	2	4	3	3	16	3	4	5	12
99	3	2	2	3	4	14	3	2	3	3	4	15	3	4	3	10
100	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	5	21	4	4	4	12

□

Variabel Dependen (Y)

Resp	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Total
1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42
2	4	4	4	4	5	4	4	2	5	36
3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
5	4	4	4	4	5	5	5	2	3	36
6	4	4	4	4	3	3	3	4	3	32
7	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
8	5	4	4	5	4	5	4	4	4	39
9	5	4	4	3	5	3	5	4	5	38
10	4	4	5	4	5	4	5	4	4	39
11	4	5	5	5	5	4	4	2	3	37
12	5	5	5	4	5	4	4	2	4	38
13	5	4	4	3	4	3	3	2	4	32
14	4	3	3	3	5	4	3	2	4	31
15	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
16	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
17	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
18	3	3	3	3	4	4	3	2	4	29
19	4	4	4	4	5	5	5	4	3	38
20	5	4	4	4	5	5	5	4	4	40
21	2	4	4	4	3	3	3	2	4	29
22	4	4	4	4	5	4	5	2	4	36
23	2	2	3	3	4	3	3	2	3	25
24	2	3	3	3	4	4	3	2	3	27
25	4	4	4	4	4	4	4	2	3	33
26	2	2	3	4	3	2	3	3	4	26
27	4	3	4	4	5	3	4	2	4	33
28	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
29	4	4	4	4	4	4	3	2	4	33
30	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
31	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
32	4	4	4	2	4	4	4	3	4	33

33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
35	2	4	4	4	4	4	4	2	4	32
36	5	5	5	5	5	5	5	2	4	41
37	4	4	4	2	4	4	4	2	4	32
38	5	4	4	4	4	5	4	4	5	39
39	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
42	4	4	4	2	4	4	4	2	4	32
43	4	4	2	4	4	4	4	2	4	32
44	4	4	2	4	4	3	3	2	4	30
45	2	3	3	3	3	3	3	2	3	25
46	4	4	5	4	5	5	3	3	3	36
47	4	4	4	4	4	4	4	2	5	35
48	4	5	5	4	5	5	3	2	3	36
49	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
50	4	4	4	4	5	5	3	2	3	34
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
52	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
53	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
54	4	4	4	4	4	4	3	1	3	31
55	4	4	4	4	4	3	4	2	3	32
56	4	4	4	4	4	3	3	2	4	32
57	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
58	2	3	3	3	4	4	3	2	3	27
59	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
60	4	4	4	4	4	3	3	2	4	32
61	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
62	4	4	4	4	4	4	4	2	3	33
63	3	4	4	3	5	3	4	1	3	30
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
65	4	4	5	4	5	5	3	4	4	38

66	5	5	5	5	5	4	3	2	4	38
67	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
68	5	4	5	5	5	5	5	4	5	43
69	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
70	4	4	4	4	3	3	3	2	4	31
71	4	4	4	4	3	3	4	2	4	32
72	4	4	4	4	3	3	3	2	4	31
73	4	4	4	4	5	5	4	4	5	39
74	4	4	5	5	5	5	5	2	3	38
75	4	5	5	5	4	5	5	2	4	39
76	4	3	3	4	4	4	3	3	4	32
77	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
78	4	5	4	4	4	3	3	2	4	33
79	4	4	4	3	5	5	3	2	3	33
80	3	2	3	3	3	3	2	3	3	25
81	4	4	5	4	4	4	4	5	4	38
82	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
83	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
84	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
85	4	4	4	4	4	3	3	2	3	31
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
87	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34
88	4	4	4	4	3	3	4	2	4	32
89	3	3	4	4	4	3	3	2	3	29
90	4	4	4	4	3	3	3	2	4	31
91	5	5	5	5	5	4	4	4	3	40
92	4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
93	2	4	4	3	4	3	3	2	3	28
94	2	3	3	3	4	4	3	3	3	28
95	4	5	5	4	5	5	4	4	3	39
96	4	4	4	4	5	5	3	2	4	35
97	2	3	3	3	4	4	3	2	3	27
98	4	5	5	3	3	3	3	2	3	31

99	3	2	4	4	3	3	4	3	3	29
100	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37

Lampiran 5: Data Responden Masyarakat Pedesaan

Statistics

	JENIS_ KELAMIN	AGAMA	PENDIDIKAN _ TERAKHIR	PEKERJAAN	USIA	PENGGUN AAN_JASA
Valid N	100	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0	0

JENIS_KELAMIN

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
L	48	48.0	48.0	48.0
Valid P	52	52.0	52.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

AGAMA

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Islam	99	99.0	99.0	99.0
Valid Kristen	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PENDIDIKAN_TERAKHIR

	Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulative Percent
Diploma/Sarjana	28	28.0	28.0	28.0
SD/MI	39	39.0	39.0	67.0
Valid SMA/SMK/MA	25	25.0	25.0	92.0
SMP/MTS	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PEKERJAAN

	Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulative Percent
Guru Swasta	10	10.0	10.0	10.0
Ibu Rumah Tangga	21	21.0	21.0	31.0
Karyawan Swasta	19	19.0	19.0	50.0
Pedagang	7	7.0	7.0	57.0
Valid Pelajar/Mahasiswa	4	4.0	4.0	61.0
Pengangguran	2	2.0	2.0	63.0
Penjahit	2	2.0	2.0	65.0
Perangkat Desa	1	1.0	1.0	66.0
Petani	15	15.0	15.0	81.0

PNS	1	1.0	1.0	82.0
PRT	1	1.0	1.0	83.0
Sopir	1	1.0	1.0	84.0
Swasta	15	15.0	15.0	99.0
Tukang kayu	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

USIA

	Frequen cy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
>50 Tahun	38	38.0	38.0	38.0
20-30 Tahun	13	13.0	13.0	51.0
Valid 31-40 Tahun	17	17.0	17.0	68.0
41-50 Tahun	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PENGUNAAN_JASA

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak	72	72.0	72.0	72.0
Valid Ya	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 6: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Masyarakat Pedesaan

Variabel X1 (Pengetahuan tentang bank syariah)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL_ SKOR
X1.1	Pearson	1	.659**	.673*	.568*	.324*	.827**
	Correlation			*	*	*	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson	.659**	1	.862*	.693*	.217*	.898**
	Correlation			*	*		
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.030	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson	.673**	.862**	1	.760*	.230*	.920**
	Correlation				*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.021	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson	.568**	.693**	.760*	1	.193	.819**
	Correlation			*			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.055	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson	.324**	.217*	.230*	.193	1	.446**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.001	.030	.021	.055		.000
	N	100	100	100	100	100	100

	Pearson	.827**	.898**	.920*	.819*	.446*	1
TOTAL_	Correlation			*	*	*	
SKOR	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel X2 (Sosialisasi)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_ SKOR
X2.1	Pearson	1	.788*	.155	-.038	.384*	.720**
	Correlation		*			*	
	Sig. (2-tailed)		.000	.125	.709	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson	.788*	1	.146	.043	.470*	.759**
	Correlation	*				*	
	Sig. (2-tailed)	.000		.146	.667	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson	.155	.146	1	.186	.169	.550**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.125	.146		.063	.093	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson	-.038	.043	.186	1	.433*	.468**
	Correlation					*	
	Sig. (2-tailed)	.709	.667	.063		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

X2.5	Pearson	.384 [*]	.470 [*]	.169	.433 [*]	1	.733 ^{**}
	Correlation	*	*		*		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.093	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL_ SKOR	Pearson	.720 [*]	.759 [*]	.550 [*]	.468 [*]	.733 [*]	1
	Correlation	*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel X3 (Letak bank syariah)

		Correlations			
		X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL_SKOR
X3.1	Pearson	1	.874 ^{**}	-.046	.845 ^{**}
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)		.000	.651	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson	.874 ^{**}	1	.025	.878 ^{**}
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000		.809	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson	-.046	.025	1	.446 ^{**}
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.651	.809		.000
	N	100	100	100	100
TOTAL_ SKOR	Pearson	.845 ^{**}	.878 ^{**}	.446 ^{**}	1
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	

N	100	100	100	100
---	-----	-----	-----	-----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Y (Minat menjadi nasabah bank syariah)

		Correlations									
		Y. 1	Y. 2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	TOT AL_ SKO R
Y.1	Pearson Correlation	1	.69 8**	.429* *	.264* *	.274* *	.641* *	.59 6**	.28 7**	.41 2**	.770 **
	Sig. (2- tailed)		.00 0	.000	.008	.006	.000	.00 0	.00 4	.00 0	.000
	N	10 0	10 0	100	100	100	100	10 0	10 0	10 0	100
Y.2	Pearson Correlation	.69 8**	1	.516* *	.342* *	.277* *	.572* *	.62 0**	.33 9**	.30 5**	.791 **
	Sig. (2- tailed)	.00 0		.000	.000	.005	.000	.00 0	.00 1	.00 2	.000
	N	10 0	10 0	100	100	100	100	10 0	10 0	10 0	100
Y.3	Pearson Correlation	.42 9**	.51 6**	1	.434* *	.428* *	.489* *	.44 2**	.21 4*	.27 9**	.699 **

Y.4	Sig. (2-tailed)	.00	.00		.000	.000	.000	.00	.03	.00	.000
		0	0					0	3	5	
	N	10	10	100	100	100	100	10	10	10	100
		0	0					0	0	0	
Y.5	Pearson Correlation	.264**	.342**	.434*	1	.369*	.346*	.244*	.258**	.190	.560**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000		.000	.000	.014	.010	.059	.000
	N	10	10	100	100	100	100	10	10	10	100
Y.6		0	0					0	0	0	
	Pearson Correlation	.274**	.277**	.428*	.369*	1	.491*	.346**	.086	.213*	.520**
	Sig. (2-tailed)	.006	.005	.000	.000		.000	.000	.395	.033	.000
Y.7	N	10	10	100	100	100	100	10	10	10	100
		0	0					0	0	0	
	Pearson Correlation	.641**	.572**	.489*	.346*	.491*	1	.730**	.374**	.423**	.821**
Y.7	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
		0	0					0	0	0	
	N	10	10	100	100	100	100	10	10	10	100
		0	0					0	0	0	
Y.7	Pearson Correlation	.596**	.620**	.442*	.244*	.346*	.730*	1	.443**	.550**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	10	10	100	100	100	100	10	10	10	100

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.014	.000	.000		.00	.00	.000
		0	0						0	0	
	N	10	10	100	100	100	100	10	10	10	100
		0	0					0	0	0	
Y.8	Pearson Correlation	.287**	.339**	.214*	.258*	.086	.374*	.443**	1	.201*	.564**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.033	.010	.395	.000	.000		.045	.000
	N	10	10	100	100	100	100	10	10	10	100
		0	0					0	0	0	
Y.9	Pearson Correlation	.412**	.305**	.279*	.190	.213*	.423*	.550**	.201*	1	.549**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.005	.059	.033	.000	.000	.045		.000
	N	10	10	100	100	100	100	10	10	10	100
		0	0					0	0	0	
TOTAL _SKOR	Pearson Correlation	.770**	.791**	.699*	.560*	.520*	.821*	.805**	.564**	.549**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	10	10	100	100	100	100	10	10	10	100
		0	0					0	0	0	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.855	5

Variabel X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.645	5

Variabel X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.548	3

Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.847	9

Lampiran 7: Hasil Uji Asumsi Klasik Masyarakat Pedesaan

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.70580121
	Absolute	.087
Most Extreme Differences	Positive	.087
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		.872
Asymp. Sig. (2-tailed)		.433

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF

1	(Constant)	6.415	2.025		3.168	.002		
	PENGETAHUAN	.880	.098	.672	8.938	.000	.521	1.921
	SOSIALISASI	.079	.121	.045	.648	.519	.597	1.676
	LETAK	.699	.159	.263	4.397	.000	.819	1.221

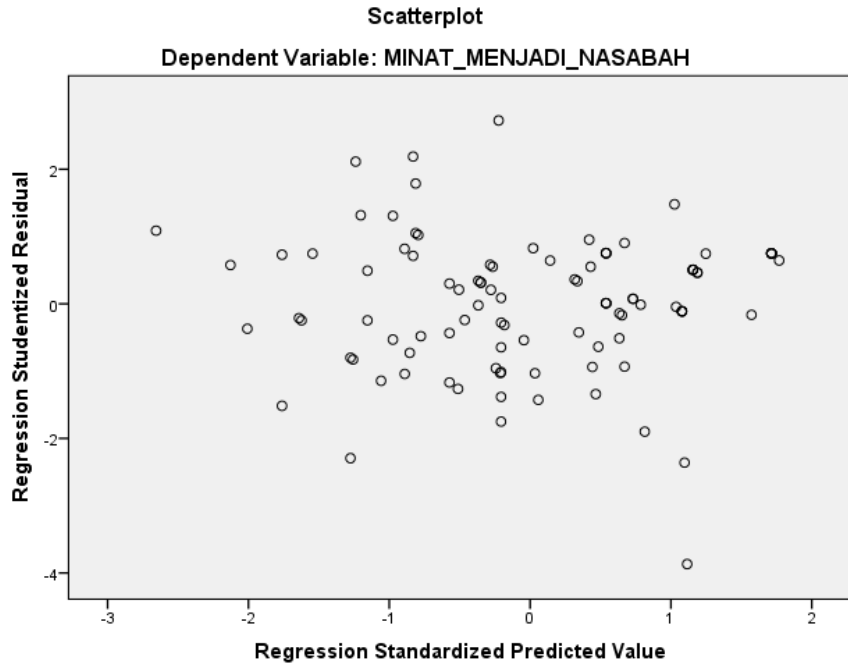
a. Dependent Variable: MINAT_MENJADI_NASABAH

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.145	1.296	2.427	.017
	PENGETAHUAN	-.057	.063	-.126	.368
	SOSIALISASI	-.043	.078	-.072	.583
	LETAK	.048	.102	.052	.641

a. Dependent Variable: ABS_RES1



Lampiran 8: Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Masyarakat Pedesaan

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.415	2.025		3.168	.002
1 PENGETAHU	.880	.098	.672	8.938	.000
AN					
SOSIALISASI	.079	.121	.045	.648	.519
LETAK	.699	.159	.263	4.397	.000

a. Dependent Variable: MINAT_MENJADI_NASABAH

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1841.935	3	613.978	81.320	.000 ^b
Residual	724.815	96	7.550		
Total	2566.750	99			

a. Dependent Variable: MINAT_MENJADI_NASABAH

b. Predictors: (Constant), LETAK, SOSIALISASI, PENGETAHUAN

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 ^a	.718	.709	2.748

a. Predictors: (Constant), LETAK, SOSIALISASI, PENGETAHUAN

Lampiran 9: Data Responden Masyarakat Perkotaan

Statistics

	JENIS_KELAMIN	AGAMA	PENDIDIKAN_TERAKHIR	PEKERJAN	USIA	PENGKUNTAAN_JASA
N						
Valid	100	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0	0

JENIS_KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid L	34	34.0	34.0	34.0

P	66	66.0	66.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

AGAMA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Islam	97	97.0	97.0	97.0
Valid Kristen	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PENDIDIKAN_TERAKHIR

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Diploma/Sarjana	37	37.0	37.0	37.0
SD/MI	1	1.0	1.0	38.0
Valid SMA/SMK/MA	58	58.0	58.0	96.0
SMP/MTS	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PEKERJAAN

	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Cumulative Persentase
Guru	9	9.0	9.0	9.0
Ibu Rumah Tangga	18	18.0	18.0	27.0
Karyawan Swasta	24	24.0	24.0	51.0
KPU	1	1.0	1.0	52.0
Pedagang	3	3.0	3.0	55.0
Pegawai Pajak	1	1.0	1.0	56.0
Pegawai Pos	2	2.0	2.0	58.0
Pelajar/Mahasiswa	4	4.0	4.0	62.0
Pensiunan	3	3.0	3.0	65.0
Perangkat Desa	1	1.0	1.0	66.0
PNS	7	7.0	7.0	73.0
Polri	4	4.0	4.0	77.0
Seniman	1	1.0	1.0	78.0
Tata Usaha	1	1.0	1.0	79.0
Wiraswasta	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

USIA

	Frequen cy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
>50 Tahun	14	14.0	14.0	14.0
20-30 Tahun	23	23.0	23.0	37.0
Valid 31-40 Tahun	41	41.0	41.0	78.0
41-50 Tahun	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PENGUNAAN_JASA

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak	63	63.0	63.0	63.0
Valid Ya	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 10: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Masyarakat Perkotaan

Variabel X1 (Pengetahuan tentang bank syariah)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL_ SKOR
X1.1	Pearson	1	.466 [*]	.287 ^{**}	.368 ^{**}	.030	.600 ^{**}
	Correlation		[*]				
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.000	.768	.000
X1.2	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.466 ^{**}	1	.601 ^{**}	.353 ^{**}	.180	.839 ^{**}
	Correlation						
X1.3	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.072	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.287 ^{**}	.601 [*]	1	.562 ^{**}	-.048	.814 ^{**}
X1.4	Correlation		[*]				
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.000	.637	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson	.368 ^{**}	.353 [*]	.562 ^{**}	1	.234 [*]	.711 ^{**}
	Correlation		[*]				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.019	.000
X1.5	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.030	.180	-.048	.234 [*]	1	.308 ^{**}
	Correlation						
TOTAL_ SKOR	Sig. (2-tailed)	.768	.072	.637	.019		.002
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.600 ^{**}	.839 [*]	.814 ^{**}	.711 ^{**}	.308 ^{**}	1
	Correlation		[*]				

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	
N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel X2 (Sosialisasi)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_ SKOR
X2.1	Pearson Correlation	1	.183	.529**	.334**	.305*	.665**
	Sig. (2-tailed)		.069	.000	.001	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.183	1	.212*	.033	.498*	.677**
	Sig. (2-tailed)	.069		.034	.746	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.529*	.212*	1	.285**	.346*	.661**
	Sig. (2-tailed)	.000	.034		.004	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.334*	.033	.285**	1	.203*	.538**
	Sig. (2-tailed)	.001	.746	.004		.043	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.305*	.498*	.346**	.203*	1	.728**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.043		.000

	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson	.665*	.677*	.661**	.538**	.728*	1
TOTAL_	Correlation	*	*			*	
SKOR	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel X3 (Letak bank syariah)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL _SKOR
X3.1	Pearson	1	.495**	.324**	.692**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
X3.2	N	100	100	100	100
	Pearson	.495**	1	.635**	.881**
	Correlation				
X3.3	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
	Pearson	.324**	.635**	1	.848**
TOTAL_ SKOR	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100
TOTAL_ SKOR	Pearson	.692**	.881**	.848**	1
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	

N	100	100	100	100
---	-----	-----	-----	-----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variabel Y (Minat menjadi nasabah bank syariah)

		Correlations									
		Y. 1	Y. 2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y. 7	Y. 8	Y. 9	TOT AL_ SK OR
Y.1	Pearson	1	.59	.477	.413	.340	.359	.45	.33	.41	.759
	Correlation		1**	**	**	**	**	5**	0**	5**	**
	Sig. (2- tailed)		.00	.000	.000	.001	.000	.00	.00	.00	.000
	N	10	10	100	100	100	100	10	10	10	100
Y.2	Pearson	.5	1	.646	.420	.331	.382	.33	.11	.17	.661
	Correlation	91	**	**	**	**	**	7**	2	0	**
	Sig. (2- tailed)	.0		.000	.000	.001	.000	.00	.26	.09	.000
	N	10	10	100	100	100	100	10	10	10	100
Y.3	Pearson	.4	.64	1	.423	.371	.356	.35	.19	.04	.647
	Correlation	77	6**	**	**	**	**	8**	8*	1	**
	Sig. (2- tailed)	.0	.00		.000	.000	.000	.00	.04	.68	.000
	N	100	100					0	8	3	

Y.4	N	10 0	10 0	100	100	100	100	10 0	10 0	10 0	100
	Pearson	.4	.42	.423	1	.203	.328	.36	.31	.23	.634
	Correlation	13 **	0**	**		*	**	5**	6**	9*	**
Y.5	Sig. (2- tailed)	.0 00	.00 0	.000		.043	.001	.00 0	.00 1	.01 7	.000
	N	10 0	10 0	100	100	100	100	10 0	10 0	10 0	100
	Pearson	.3	.33	.371	.203	1	.610	.35	.06	.05	.551
Y.6	Correlation	40 **	1**	**	*		**	4**	6	2	**
	Sig. (2- tailed)	.0 01	.00 1	.000	.043		.000	.00 0	.51 2	.61 0	.000
	N	10 0	10 0	100	100	100	100	10 0	10 0	10 0	100
Y.7	Pearson	.3	.38	.356	.328	.610	1	.43	.34	.13	.687
	Correlation	59 **	2**	**	**	**		9**	7**	0	**
	Sig. (2- tailed)	.0 00	.00 0	.000	.001	.000		.00 0	.00 0	.19 7	.000
Y.7	N	10 0	10 0	100	100	100	100	10 0	10 0	10 0	100
	Pearson	.4	.33	.358	.365	.354	.439	1	.41	.35	.716
	Correlation	55 **	7**	**	**	**	**		7**	0**	**
Y.7	Sig. (2- tailed)	.0 00	.00 1	.000	.000	.000	.000		.00 0	.00 0	.000

Y.8	N	10 0	10 0	100 0	100 0	100 0	100 0	10 0	10 0	10 0	100 0
	Pearson	.3	.11	.198	.316	.066	.347	.41	1	.33	.610
	Correlation	30 **	2	*	**		**	7**		8**	**
	Sig. (2-tailed)	.01	.269	.048	.001	.512	.000	.000		.001	.000
Y.9	N	10 0	10 0	100 0	100 0	100 0	100 0	10 0	10 0	10 0	100 0
	Pearson	.4	.17	.041	.239	.052	.130	.35	.33	1	.470
	Correlation	15 **	0		*			0**	8**		**
	Sig. (2-tailed)	.00	.090	.683	.017	.610	.197	.000	.001		.000
TOTA L_SK OR	N	10 0	10 0	100 0	100 0	100 0	100 0	10 0	10 0	10 0	100 0
	Pearson	.7	.66	.647	.634	.551	.687	.71	.61	.47	1
	Correlation	59 **	1**	**	**	**	**	6**	0**	0**	
	Sig. (2-tailed)	.00	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	10 0	10 0	100 0	100 0	100 0	100 0	10 0	10 0	10 0	100 0

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Variabel X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.690	5

Variabel X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.641	5

Variabel X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.735	3

Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.810	9

Lampiran 11: Hasil Uji Asusi Klasik Masyarakat Perkotaan

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.13464188
	Absolute	.082
Most Extreme Differences	Positive	.060
	Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		.823
Asymp. Sig. (2-tailed)		.508

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity
	Coefficients		Coefficients			Statistics
	B	Std. Error	Beta			Tolerance

1	(Constant)	15.585	3.068		5.081	.000	
		.708	.146	.482	4.857	.000	.635
	PENGETHUMAN						
		.297	.142	.213	2.083	.040	.595
	SOSIALISASI						
		-.008	.202	-.003	-.039	.969	.916
	JARAK						

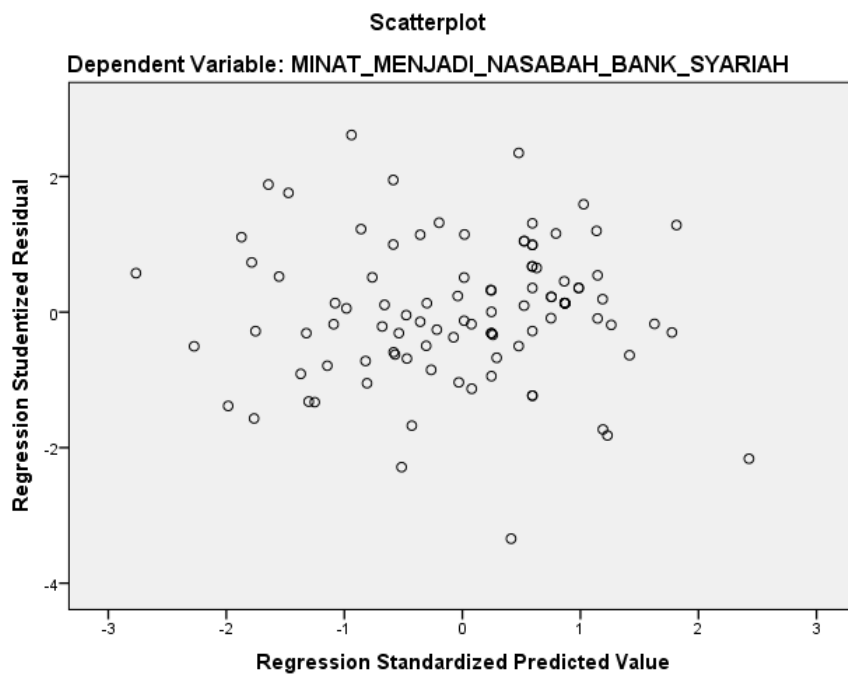
a. Dependent Variable: MINAT_MENJADI_NASABAH_BANK_SYARIAH

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.955	1.964		.996	.322

PENGETH	-.122	.093	-.165	-	.194
UAN				1.309	
SOSIALISA	.041	.091	.058	.448	.655
SI					
JARAK	.163	.129	.132	1.261	.211

a. Dependent Variable: ABS_RES1



Lampiran 12: Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.585	3.068		5.081	.000
1 PENGETHUAN	.708	.146	.482	4.857	.000
SOSIALISASI	.297	.142	.213	2.083	.040
JARAK	-.008	.202	-.003	-.039	.969

a. Dependent Variable: MINAT_MENJADI_NASABAH_BANK_SYARIAH

Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	650.268	3	216.756	21.391	.000 ^b
Residual	972.772	96	10.133		
Total	1623.040	99			

a. Dependent Variable: MINAT_MENJADI_NASABAH_BANK_SYARIAH

b. Predictors: (Constant), JARAK, PENGETHUAN, SOSIALISASI

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.633 ^a	.401	.382	3.183

a. Predictors: (Constant), JARAK, PENGETHUAN, SOSIALISASI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Choirun Nada Firdausy

Tempat/Tanggal Lahir : Pati/17 Juni 1997

Alamat : Desa Gabus RT 002 RW 007 Kecamatan
Gabus, Kabupaten Pati

Kode Pos : 59173

Nomor Telepon : 089514272924

Email : choirunnada25@gmail.com

Jenis Kelamin : Perempuan

Status : Belum Menikah

Warga Negara : Indonesia

Agama : Islam

Riwayat Pendidikan

2009	SDN Kuryokalangan 02
2012	MTs Tuan Sokolangu
2015	SMA PGRI 1 Pati
2019	UIN Walisongo Semarang

Hormat Saya

Choirun Nada Firdausy